



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA, C.P.A.

TRABAJO DE GRADO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
GASTRONÓMICO DE COMIDA TRADICIONAL EN LA PARROQUIA DE
NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA C.P.A.**

AUTORAS

**IMBAQUINGO COLLAGUAZO CARMEN YOLANDA
GALINDO TERÁN VANESSA LORENA**

DIRECTOR: Ing. Fernando Valenzuela

IBARRA, FEBRERO DEL 2014

RESUMEN EJECUTIVO

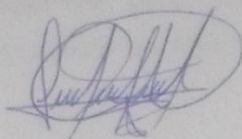
El presente proyecto tiene como finalidad la realización de un Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro Gastronómico de Comida Tradicional en la Parroquia de Natabuela, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, para promover el turismo mediante el consumo de los platos típicos. El diagnóstico situacional nos permitió conocer la situación actual de la parroquia de Natabuela a través de la determinación de los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, determinando la oportunidad de inversión. En el marco teórico se explican conceptos básicos sobre la microempresa, mercado, turismo, platos típicos, contabilidad, a fin de tener las bases teóricas-científicas sobre las cuales se fundamenta la investigación. En el estudio de mercado se pudo concluir que existe un mercado potencial a satisfacer y existe predisposición, acogida y aceptación por parte de los visitantes para la implementación del proyecto. En el estudio técnico, se determinó la mejor localización para la microempresa, se procedió a la organización y distribución de las instalaciones, flujogramas de procesos y operación, además se elaboró un presupuesto técnico estableciendo que el proyecto requiere una inversión total de \$157.931,10. En el estudio económico financiero después de la elaboración de los estados financieros se determinó que el proyecto es rentable ya que tiene un valor actual neto (V.A.N.) de \$5.022,23, la tasa interna de retorno (T.I.R.) de 12,10% y el costo beneficio de 1,74. En la propuesta estratégica se elaboró los aspectos legales a cumplir, la estructura orgánica de la microempresa, los requerimientos de personal, funciones y perfil de cada puesto. El proyecto genera impactos positivos en los ámbitos social, empresarial, económico, cultural y negativo en el ámbito ambiental ya que se va a producir contaminación, pero para disminuir su impacto se va a realizar el manejo correcto de los desechos con la finalidad de cuidar el medio ambiente. Y el proyecto finaliza con las respectivas conclusiones y recomendaciones.

SUMMARY

This project aims at conducting a Feasibility Study for the Establishment of a Center of Traditional Gastronomic Meal in Parish Natabuela, Antonio Ante Canton, Imbabura Province, to promote tourism through the consumption of dishes. Diagnosis situational let us know the current status of the parish of Natabuela through the determination of the allies, opponents, opportunities and risks, determining the investment opportunity. In the theoretical framework basics microenterprise market, tourism, typical dishes, are explained accounting, to take the theoretical and scientific basis on which the research is based. In a market study it was concluded that a potential market exists and there is willingness to meet, welcome and acceptance by visitors to the project implementation. The technical study, the best location for the company was established, we proceeded to the organization and distribution of process flow diagrams and operating facilities, plus a technical budget stating that the project requires a total investment of \$ 157,931.10 was made. In the economic and financial study after the preparation of the financial statements was determined that the project is cost effective as it has a net present value (N.P.V.) of \$ 5,022.23, the internal rate of return (I.R.R.) of 12,10% and benefit cost of 1,74. The strategic approach to meet the legal aspects, the organizational structure of the company, staffing requirements, functions and post profiles was developed. The project generates positive impacts on the social, business, economic, cultural and negative in the environmental field areas as it will produce pollution, but to lessen their impact is to perform proper waste management in order to care for the environment. And the project ends with the respective conclusions and recommendations.

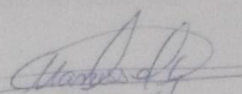
AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de sus autoras, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



Imbaquingo Collaguazo Carmen Yolanda

100401889-9



Galindo Terán Vanessa Lorena

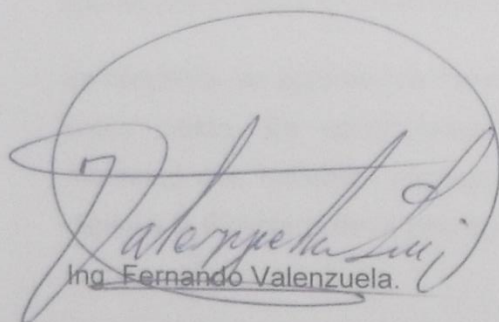
100413834-1

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas IMBAQUINGO COLLAGUAZO CARMEN YOLANDA y GALINDO TERÁN VANESSA LORENA, para optar por el Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: "Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro Gastronómico de Comida Tradicional en la Parroquia de Natabuela, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura." Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 17 días del mes de Febrero del 2014.

Firma



Ing. Fernando Valenzuela.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, **IMBAQUINGO COLLAGUAZO CARMEN YOLANDA y GALINDO TERÁN VANESSA LORENA** con cédula de ciudadanía Nro.100401889-9, 100413834-1 respectivamente, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO GASTRONÓMICO DE COMIDA TRADICIONAL EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Yolanda Imbaquingo C.

100401889-9

Vanessa Galindo T.

100413834-1

Ibarra, a los 17 días del mes de Febrero del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión universitaria.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100401889-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	IMBAQUINGO COLLAGUAZO CARMEN YOLANDA		
DIRECCIÓN:	ANTONIO ANTE ATUNTAQUI		
EMAIL:	yoly_0903@hotmail.es		
TELÉFONO FIJO:	062908409	TÉLEFONO MÓVIL:	0993816865

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100413834-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	GALINDO TERÁN VANESSA LORENA		
DIRECCIÓN:	ANTONIO ANTE ATUNTAQUI		
EMAIL:	vanessag_0601@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062909920	TÉLEFONO MÓVIL:	0992068195

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO GASTRONÓMICO DE COMIDA TRADICIONAL EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORAS:	YOLANDA IMBAQUINGO VANESSA GALINDO
FECHA:	2014 – 02 - 17
PROGRAMA:	PREGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR/DIRECTOR:	Ing. Fernando Valenzuela

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Imbaquingo Collaguazo Carmen Yolanda y Galindo Terán Vanessa Lorena con cédula de ciudadanía Nro.100401889-9, 100413834-1 respectivamente, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

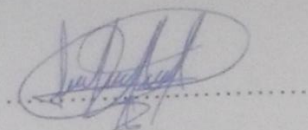
3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que somos las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumimos la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldremos en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 17 días del mes de Febrero de 2014

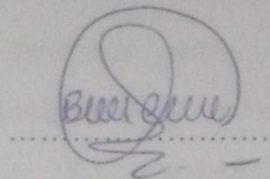
LAS AUTORAS:

ACEPTACIÓN:



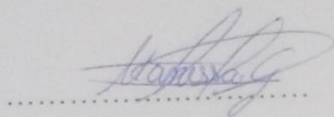
Yolanda Imbaquingo

100401889-9



Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA



Vanessa Galindo

100413834-1

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Dedicamos la presente tesis con profundo sentimiento de amor y eterna gratitud a nuestros padres, hermanos y familiares quienes nos apoyaron en nuestros estudios superiores, guiándonos y dándonos fuerzas para seguir adelante ya que sin su apoyo constante y compañía desinteresada no hubiese sido posible la culminación de nuestro trabajo de investigación.

YOLANDA

VANESSA

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimientos y gratitud a Dios por darnos la vida, a nuestros padres por darnos la oportunidad de estudiar, brindarnos su apoyo, comprensión y sobre todo por inculcarnos principios morales y éticos, a la Universidad Técnica del Norte, quien abrió sus puertas para desarrollarnos como profesionales en especial al Ing. Fernando Valenzuela quien con abnegación y responsabilidad inculcó en nosotras sabios conocimientos y nos guió para el desarrollo de la presente tesis.

YOLANDA

VANESSA

PRESENTACIÓN

El presente “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO GASTRONÓMICO DE COMIDA TRADICIONAL EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”, está compuesto por los siguientes Capítulos: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico Financiero, Propuesta Estratégica e Impactos. En el Diagnóstico Situacional se determinará los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, mediante esto se diagnosticará el problema objeto de estudio, el mismo que es que en San Francisco de Natabuela, existen restaurantes de comida típica que ofrecen uno o dos platos típicos, provocando que los turistas y residentes tengan que trasladarse a otro sitio para degustar la diversidad gastronómica, por lo que se ha visto necesario abrir un local que satisfaga a la demanda potencial existente.

El Marco Teórico contendrá el soporte y sustentación escrita de todos los aspectos referentes al tema.

En el Estudio de Mercado se realizará un análisis de distintas variables, tales como: producto, mercado, demanda, oferta, precio, canales de distribución, obteniendo como resultados que los platos típicos tienen una gran aceptación por parte de los consumidores.

El Estudio Técnico describirá en forma detallada la ubicación de la planta del centro gastronómico de comida tradicional, distribución de las instalaciones, descripción del proceso de producción de los platos típicos, tecnología utilizada y un presupuesto técnico necesario para implantar el proyecto.

En el Estudio Económico Financiero se realizará la estructuración de los balances, para realizar la respectiva evaluación económica y financiera del proyecto, del cual esperamos obtener resultados satisfactorios.

En la Propuesta Estratégica se realizará el organigrama de la microempresa, misión, visión, políticas y valores de la misma así como la descripción de las funciones de las personas que laboran en la microempresa.

En el Análisis de Impactos se determinará la influencia que tiene el proyecto en el ámbito social, económico, empresarial, cultural y ambiental.

ÍNDICE GENERAL

Resumen Ejecutivo.....	ii
Summary	iii
Autoría.....	iv
Informe del Director de Trabajo de Grado.....	v
Cesión de Derechos	vi
Autorización de Uso y Publicación.....	vii
Dedicatoria	x
Agradecimiento.....	xi
Presentación.....	xii
CAPÍTULO I	29
Diagnóstico Situacional	29
Antecedentes.....	29
Objetivos del Diagnóstico	31
General.....	31
Específicos	31
Variables	31
Indicadores	32
Factores Políticos	32
Socio-culturales	32
Económico.....	32
Normas Legales	32
Tecnología.....	32
Medio Ambiente.....	32
Matriz de Relación Diagnóstica	33
Análisis del Entorno	34
Metodología.....	34
Matriz A.O.O.R.	44
Identificación del Problema Diagnóstico/Oportunidad de Inversión.....	45
CAPÍTULO II	46
MARCO TEÓRICO	46
La Empresa	46
Tipos de Empresa	46
La Microempresa	47
Características generales de la microempresa en el Ecuador	47
Base Legal para la creación de una microempresa	48
Clasificación de las Microempresas	48
Estudio del Mercado	49
Concepto de Mercado	49
Producto	49
Servicio.....	50
Producto Sustituto	50

Concepto de Oferta	50
Factores que la afectan	50
Concepto de Demanda	51
Factores que la afectan	51
Demanda Potencial a Satisfacer	51
Precio	52
Segmentación de Mercado	52
Universo	52
Muestra	53
Estudio Técnico	53
Macrolocalización	54
Microlocalización	54
El Turismo	55
Concepto	55
Características.....	55
Tipos de Turismo	55
Definición de Turismo Gastronómico	56
Características del Turismo Gastronómico	56
Platos Típicos de Antonio Ante	57
Platos Típicos a Servirse en el Centro Gastronómico	57
Fritada	57
Hornado.....	58
Cuy.....	58
Caldo de Gallina de Campo.....	58
Estudio Económico Financiero	59
Capital de Trabajo	59
Ingresos.....	59
Gastos.....	59
Costos de Producción.....	60
Activo.....	60
Pasivo.....	60
Patrimonio	60
Presupuesto	61
Financiamiento	61
Estado de Situación Financiera	61
Estado de Resultados Integrales	62
Estado de Flujo de Caja	62
Estado de Cambio en el Patrimonio.....	63
Notas Aclaratorias.	63
Técnicas de Evaluación Financiera	63
Propuesta Estratégica	65
Definición de Centro Gastronómico	65
Misión y Visión del Centro Gastronómico	65

La Organización del Centro Gastronómico	67
Estructura Organizativa	67
Organigrama del Centro Gastronómico	67
Capacidad y Desarrollo del Personal	67
CAPÍTULO III	69
ESTUDIO DE MERCADO.....	69
Planteamiento del Problema de Investigación	69
Objetivos de la Investigación	69
Objetivo General.....	69
Objetivos Específicos	69
Identificación de los Productos y Servicios	70
Características.....	70
Consumidor del Producto	73
Competencia Perfecta	73
Investigación.....	74
Segmentación.....	74
Marco Muestral o Universo	75
Tamaño de la Muestra	75
Metodología de la Investigación de Campo	76
Procesamiento de Datos y Análisis de Resultados	77
Análisis de la Demanda	104
Comportamiento Histórico	104
Demanda Actual	104
Proyección de la Demanda.....	105
Análisis de la Oferta.....	109
Comportamiento Histórico	109
Oferta Actual.....	109
Proyección de la Oferta	110
Proyección de la Demanda Potencial a Satisfacer.....	113
Fijación de la Demanda Potencial.....	115
Precio	117
Descripción de la Comercialización de los Productos	117
Promoción y Publicidad	118
Conclusiones	118
CAPÍTULO IV	119
ESTUDIO TÉCNICO.....	119
Localización del Proyecto	119
Macrolocalización	119
Microlocalización	120
Matriz Localización	121
Plano de Microlocalización	126
Diseño de Instalaciones.....	127
Tamaño del Proyecto.....	130

Ingeniería del Proyecto.....	130
Procesos de Producción y/o Prestación del Servicio	130
Diagrama de Flujo	133
Presupuesto Técnico	139
Inversiones Fijas.....	139
Requerimientos de Mano de Obra	141
Requerimientos de Maquinaria	141
Requerimientos de Insumos, Materias Primas y Materiales.....	142
Resumen de la Inversión	145
Gastos de Constitución.....	145
Inversión Total del Proyecto	146
CAPÍTULO V.....	147
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	147
Capital de Trabajo	147
De Operación	148
Ingresos.....	148
Egresos	151
Costos de Producción.....	151
Gastos Administrativos	156
Gastos de Ventas	158
Tabla de Amortización	158
Tabla de Depreciaciones	160
Resumen de Egresos Proyectados.....	161
Estados Financieros Proforma.....	161
Estado de Situación Financiera	161
Estado de Resultados Integrales	163
Estado de Flujo de Efectivo	164
Evaluación Financiera	164
Determinación de la Tasa de Redescuento	164
Criterios de Evaluación.....	165
Valor Actual Neto.....	165
Tasa Interna de Retorno	166
Período de Recuperación de la Inversión	169
Relación Costo/Beneficio.....	169
Tasa de Rendimiento Beneficio Costo	170
Punto de Equilibrio	170
Análisis de Sensibilidad	172
CAPÍTULO VI.....	183
PROPUESTA ESTRATÉGICA	183
La Microempresa.....	183
Nombre o Razón Social.....	183
Titularidad de Propiedad de la Microempresa.....	183
Constitución.....	183

Base Filosófica	190
Misión	190
Visión.....	190
Principios y Valores	191
La Organización	192
Organigrama Estructural.....	192
Manual de Funciones	192
Logotipo del Centro Gastronómico	208
Estrategias Empresariales	208
Estrategias Mercadológicas de Posicionamiento	208
Estrategias Operativas	208
Estrategias Financieras	209
CAPÍTULO VII	210
IMPACTOS.....	210
Impacto Social	210
Impacto Económico	212
Impacto Empresarial.....	213
Impacto Cultural	215
Impacto Ambiental	216
 CONCLUSIONES	 219
RECOMENDACIONES.....	220
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	221
ANEXOS	226

ÍNDICE DE CUADROS

Matriz de Relación Diagnóstica	33
Tasa de Interés.....	36
Restaurantes de Comida Típica	39
Personas Dedicadas a la Crianza de Animales	40
Organización Territorial según Hectáreas	40
Grupos de Edad según Sexo.....	41
Matriz A.O.O.R.	44
Cantidad de Platos Típicos Vendidos a los Visitantes	74
Datos del Tamaño de la Muestra	76
Preparación Académica de los Propietarios	77
Platos Típicos	78
Servicios Brindados	79

Platos Típicos Vendidos por Semana	80
Platos Típicos Vendidos en Temporada Alta	81
Consideración del Servicio Prestado	82
Precio en U.S.D. de los Platos Típicos	83
Tipo de Clientela.....	84
Platos de Cuy Frito Vendidos a la Semana.....	85
Platos de Fritada Vendidos a la Semana	86
Platos de Caldo de Gallina Vendidos a la Semana	87
Frecuencia de Venta de los Platos Típicos	88
Lugar de Residencia.....	89
Género	91
Ingresos Mensuales.....	92
Situación Económica	93
Frecuencia de Visita a Natabuela	94
Cantidad de Consumo de los Platos Típicos	95
Local Visitado con más Preferencia.....	96
Atención Brindada en estos Locales.....	97
Aceptabilidad del Centro Gastronómico.....	98
Precio del Hornado.....	99
Precio de la Fritada.....	100
Precio del Cuy Frito	101
Precio del Caldo de Gallina de Campo	102
Plato Típico Preferido	103
Demanda Actual	104
Demanda Actual de cada Plato Típico.....	105
Proyección de la Demanda.....	107
Proyección de la Demanda del Cuy Frito.....	107
Proyección de la Demanda de la Fritada	108
Proyección de la Demanda del Hornado.....	108
Proyección de la Demanda del Caldo de Gallina de Campo.....	109
Oferta Histórica en los Actuales Paraderos por Año	110
Proyección de la Oferta	111
Proyección de la Oferta del Cuy Frito	112

Proyección de la Oferta de la Fritada.....	112
Proyección de la Oferta del Caldo de Gallina de Campo	113
Determinación de la Demanda Potencial a Satisfacer	113
Determinación de la Demanda Potencial a Satisfacer del Cuy Frito	114
Determinación de la Demanda Potencial a Satisfacer de la Fritada.....	114
Determinación de la Demanda Potencial a Satisfacer del Hornado	115
Determinación de la Demanda Potencial a Satisfacer del Caldo de Gallina de Campo.....	115
Demanda a Cubrir	116
Precios de la Competencia	116
Proyección del Precio Promedio	117
Escala de Evaluación	123
Matriz de Evaluación Inicial	124
Matriz de Ponderación de Factores	125
Distribución del Centro Gastronómico	130
Simbología del Diagrama de Operación	138
Operaciones Realizadas.....	139
Terreno.....	140
Infraestructura Civil.....	140
Vehículo	140
Requerimiento de Mano de Obra.....	141
Requerimiento de Maquinaria	141
Menaje de Cocina y Restaurante.....	142
Muebles y Enseres	143
Equipo de Oficina	143
Equipo de Computación	144
Materia Prima	144
Resumen Inversión Fija	145
Resumen Inversión Variable.....	145
Gastos de Constitución.....	145
Inversión Requerida.....	146
Capital de Trabajo	147
Presupuesto de Ingresos	149

Precio de Venta Unitario de las Bebidas.....	149
Presupuesto de Ingresos de Bebidas	150
Presupuesto de Ingresos de Desechos Orgánicos	150
Proyección de los Costos de Materia Prima Directa	151
Proyección del Sueldo de Mano de Obra Directa en Dólares	152
Proyección de los Costos de Mano de Obra Directa en Dólares.....	152
Proyección de los Costos de Materia Prima Indirecta en Dólares	153
Proyección del Sueldo de Mano de Obra Indirecta en Dólares	153
Proyección del Costo Total de Mano de Obra Indirecta en Dólares	153
Proyección de los Servicios Básicos en Dólares.....	154
Proyección del Seguro de Fábrica en Dólares	154
Proyección del Gas Industrial en Dólares	155
Resumen de Gastos Generales de Producción	155
Resumen de Costos de Producción.....	155
Suministros de Oficina.....	156
Proyección del Sueldo del Personal Administrativo en Dólares	157
Proyección del Costo Total del Personal Administrativo en Dólares	157
Proyección del Gasto de Servicios Básicos de Administración	157
Resumen de Gastos	158
Gasto Publicidad	158
Estructura del Financiamiento	159
Datos para la Amortización.....	159
Tabla de Amortización	160
Tabla de Depreciaciones	160
Egresos Proyectados.....	161
Estado de Situación Financiera	162
Estado de Resultados Integrales	163
Estado de Flujo de Caja	164
Tasa de Redescuento.....	165
Valor Actual Neto.....	165
Tasa Inferior 11,40%	166
Tasa Superior 13%.....	167
Recuperación de la Inversión	169

Ingresos y Egresos Actualizados	169
Tasa de Rendimiento Beneficio Costo	170
Datos para el Cálculo del Punto de Equilibrio	171
Estado de Resultados Integrales	173
Estado de Flujo de Caja	174
Ingresos y Egresos Actualizados	176
Tasa de Rendimiento Beneficio Costo	177
Estado de Resultados Integrales	178
Estado de Flujo de Caja	179
Ingresos y Egresos Actualizados	181
Tasa de Rendimiento Beneficio Costo	182
Análisis Comparativo	182
Nivel de Impacto	210
Impacto Social	210
Impacto Económico	212
Impacto Empresarial.....	213
Impacto Cultural	215
Impacto Ambiental	216
Impacto General	217

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Principales Actividades Económicas.....	38
Preparación Académica de los Propietarios	77
Preparación Académica de los Propietarios	77
Platos Típicos	78
Servicios Brindados	79
Platos Típicos Vendidos por Semana	80
Platos Típicos Vendidos en Temporada Alta	81
Consideración del Servicio Prestado	82
Precio en U.S.D. de los Platos Típicos	83
Tipo de Clientela.....	84
Platos de Cuy Frito Vendidos a la Semana.....	85
Platos de Fritada Vendidos a la Semana	86

Platos de Caldo de Gallina Vendidos a la Semana	87
Frecuencia de Venta de los Platos Típicos	88
Lugar de Residencia	89
Género	91
Ingresos Mensuales.....	92
Situación Económica	93
Frecuencia de Visita a Natabuela	94
Cantidad de Consumo de los Platos Típicos	95
Local Visitado con más Preferencia	96
Atención Brindada en estos Locales	97
Aceptabilidad del Centro Gastronómico.....	98
Precio del Hornado	99
Precio de la Fritada.....	100
Precio del Cuy Frito	101
Precio del Caldo de Gallina de Campo	102
Plato Típico Preferido	103
Cadena Productiva	117

ÍNDICE DE MAPAS

Ubicación y Superficie de Antonio Ante	119
Croquis de la Ubicación del Centro Gastronómico.....	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Plano	128
Planos de la Cubierta	129
Simbología del Diagrama	138
Simbología del Diagrama de Operación	138
Diagrama de Operación.....	139

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

ABREVIATURA	SIGNIFICADO
P.E.S.T.E.	Políticas, Económicas, Sociales, Tecnológicas, Ecológicas
I.N.E.C.	Instituto Nacional de Estadística y Censos
est.	Estadística
I.M.	Ilustre Municipio
P.D.O.T.	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
Ha.	Área
P.E.A.	Población Económicamente Activa
P.V.	Población y Vivienda
C.I.B.V.	Centros Integrales del Buen Vivir
A.O.O.R.	Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos
R.U.C.	Registro Único del Contribuyente
S.R.I.	Servicios de Rentas Internas
V.A.N.	Valor Actual Neto
T.I.R.	Tasa Interna de Retorno
I.T.	Ingresos Totales
C.T.	Costos Totales
P.	Precio
Q.	Cantidad
C.F.	Costos Fijos
C.V.	Costos Variables
P.R.I.	Periodo de Recuperación de la Inversión
M.S.P.	Ministerio de Salud Pública
D.I.	Demanda Insatisfecha
D.	Demanda
O.	Oferta
U.S.D.	Dólar de los Estados Unidos
F.	Grados Fahrenheit
oz.	Onza
m ²	Metro cuadrado
S.A.	Sociedad Anónima
A.PRO.C.A.A.	Asociación de Producción del Cantón Antonio Ante
V.P.	Pago de la Amortización
V.F.	Valor de la Deuda
i	Tasa Activa Anual
n	Periodos de Pago
C/B	Costo Beneficio
I.E.S.S.	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
C.P.A.	Contador Público Autorizado
N.I.I.F.	Normas Internacionales de Información Financiera

JUSTIFICACIÓN

La creación de un centro gastronómico dedicado a la producción y comercialización de productos derivados del cuy, cerdo y gallina de campo en la Parroquia de Natabuela, se basa en la diversificación de la actividad comercial y turística en el cantón Antonio Ante, con la ilusión de satisfacer las necesidades y diversificar el servicio a los visitantes y residentes.

Todo esto se ha llegado a determinar, gracias a la creciente demanda, por la degustación de los platos típicos de nuestra Provincia. La creación de este centro, sin lugar a duda será un atractivo más al cantón y la parroquia para que los turistas y residentes disfruten de un producto con nuevas formas de preparación y presentación a más de las tradicionales, que vayan en beneficio directo de todos quienes los consuman y alcancen un mayor grado de satisfacción.

Para la ejecución de este proyecto se aprovechará la vocación que tienen los habitantes de la parroquia de Natabuela en la crianza de cuyes, cerdos y gallinas, beneficiando así a las familias dedicadas a este tipo de actividades económicas.

La ejecución de este proyecto permitirá disminuir el número de personas desempleadas, lo cual es un aporte positivo para la población, ya que se generará fuentes de empleo en el que se garantizará un trabajo estable, justo y digno.

Para la ejecución del proyecto se pretende aprovechar al máximo los conocimientos y habilidades personales tanto de los propietarios como empleados y para fortalecerlos se realizará capacitaciones que permita el desarrollo personal, así también se podrá satisfacer las necesidades de los clientes mediante el ofrecimiento de un buen servicio.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro gastronómico de comida tradicional en la Parroquia de Natabuela, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la situación actual de la parroquia de Natabuela, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos de la inversión.
- Establecer las bases teóricas y científicas, que permita sustentar el trabajo de investigación e implementación del centro gastronómico, a través de la información bibliográfica y linkográfica.
- Identificar la oferta y demanda de los restaurantes de comida típica de Natabuela para determinar si existe oportunidad para la propuesta.
- Elaborar un estudio técnico para dar a conocer aspectos de localización, diseño e instalaciones, ubicación de la planta, flujograma de procesos, presupuesto técnico, inversión y tamaño del proyecto.
- Establecer un estudio económico-financiero que nos permita encontrar viabilidad para la ejecución del proyecto.
- Determinar la estructura organizativa y funcional que muestre los niveles de responsabilidad y autoridad del centro gastronómico, necesarias para la ejecución del proyecto.
- Determinar los principales impactos que se pueda ocasionar con la implementación del centro gastronómico en los ámbitos: social, empresarial, económico, cultural y ambiental.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Los principales métodos que se utilizó para el presente proyecto son:

MÉTODO INDUCTIVO

El presente método de investigación parte de hechos particulares para llegar a conclusiones generales y en el presente trabajo se empleó para la recolección de información a través de encuestas que se realizaron a posibles consumidores de platos típicos y entrevistas dirigidas a los propietarios de los restaurantes de comida típica a fin de llegar a tener una perspectiva general del tema a tratar.

MÉTODO DEDUCTIVO

El Método Deductivo parte de conclusiones generales para extraer datos particulares y se utilizó en la formulación de los objetivos específicos debido a que se derivan del objetivo general, elaboración de los antecedentes ya que va de lo macro a lo micro, realización de las bases teóricas ya que son conceptos que parten y se generan del título del proyecto de tesis, desarrollo del cuestionario de encuestas y entrevistas que de temas generales se elaboraron preguntas particulares para conocer datos específicos y además se empleó para determinar los principios, leyes y normas acerca del tema que se deben aplicar a fin de dar soluciones.

MÉTODO ANALÍTICO

El Método Analítico se utilizó para descomponer los objetivos específicos en partes como son en variables e indicadores a fin de profundizar cada una de ellas por separado, en el desarrollo de las bases teóricas cuando a cada tema relevante del título de la tesis, se dividió en partes esenciales para su análisis. Este método se empleó en la elaboración de cada capítulo de la tesis al descomponer cada elemento relevante del tema y examinarlo profundamente mediante la investigación bibliográfica y linkográfica y se usó en la interpretación de los resultados de la encuesta y la entrevista

a través de programas informáticos y gráficos que faciliten el análisis de cada pregunta planteada.

MÉTODO SINTÉTICO

El presente método integra los componentes que estaban separados a fin de estudiarlos en su totalidad, se empleó en la elaboración del Marco Teórico ya que de diferentes datos bibliográficos se construyó una síntesis que abarque todo el contenido del tema, además partiendo de todos los análisis realizados en la encuesta y entrevista se unió las ideas para sintetizarlas reuniendo racionalmente las partes de un todo a fin de obtener las conclusiones finales de cada capítulo en especial del diagnóstico y del estudio de mercado.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

San Francisco de Natabuela parroquia rural perteneciente al Cantón Antonio Ante de la Provincia de Imbabura está ubicada a 3.620 km. de la capital cantonal (Atuntaqui) y 6.690 km. de la capital Provincial (Ibarra).

El 9 de Septiembre de 1935 se consideró parroquia civil, conservando el nombre de San Francisco de Natabuela, según el Acuerdo ejecutivo No. 132 del 9 septiembre de 1935.

La Parroquia de Natabuela limita al norte con la parroquia de San José de Chaltura del Cantón Antonio Ante, al oeste con la delimitación territorial de la cabecera cantonal de Antonio Ante, al este con la parroquia de San Antonio del Cantón Ibarra y al sur con las parroquias del Cantón Otavalo, principalmente San Pablo. Según el último censo de la población y vivienda se encontraron un total de 5.651 habitantes entre hombres y mujeres; hombres 2.719 y mujeres 2.932; entre los cuales el 40% de la población se dedica a la Agricultura, fundamentalmente de maíz, fréjol, legumbres, hortalizas, árboles frutales, cereales, morochillo, entre otros; un 10% de la población se dedica a la ganadería, un 30% se dedica a la albañilería y un 20% a la artesanía.

El 10% de los pobladores de Natabuela que se dedican a la actividad ganadera y crianza de una variedad de animales menores, generan ingresos para el sustento diario de sus familias, entre ellos: gallinas, conejos, vacas, chivos, cuyes y cerdos. Casi todas las personas que se dedican a la reproducción y comercialización de animales, realizan esta actividad de manera artesanal por falta de asesoramiento técnico. Y debido a la creciente demanda, surge la necesidad de buscar la manera de mejorar

los procesos de preparación y comercialización de cuy, cerdo y gallina de campo que permita mejorar su rentabilidad, que vaya en beneficio de quienes están inmersos en esta actividad y de la parroquia en conjunto.

En el sector de San Francisco de Natabuela existen varios locales de comida al paso que ofrecen uno o dos platos típicos, provocando que los turistas y residentes tengan que trasladarse a otro sitio para degustar la diversidad gastronómica de Antonio Ante, como es la del cuy, cerdo y caldos de gallina de campo.

De lo descrito anteriormente y de la creciente afluencia de visitantes al cantón Antonio Ante, por el atractivo textil, ha generado un aumento a la demanda de turistas en busca de un lugar que les permita degustar la gastronomía de la región, por lo que surge la necesidad de buscar la manera de mejorar los procesos de preparación y comercialización del cuy, cerdo y gallinas de campo, por lo cual se plantea la creación de un nuevo centro gastronómico acondicionado, para servirse exquisitos platos típicos en un solo lugar, sin tener que movilizarse a diferentes sitios. Dando paso al incremento económico del sector de San Francisco de Natabuela, así como también mejorar sus ingresos y el nivel de vida de sus habitantes.

El presente diagnóstico situacional está dirigido a la parroquia de San Francisco de Natabuela, mismo que permitirá conocer la situación actual y la oportunidad de inversión para lo cual se recopiló información documental aplicando métodos y técnicas como son: observación directa, encuestas, entrevistas mismas que serán tabuladas y analizadas permitiendo determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos con la finalidad de establecer las estrategias haciendo que el trabajo se realice con un mínimo de errores.

Además, será muy importante apoyarse en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural de San Francisco de Natabuela que comprende los siguientes sistemas:

- Ambiental
- Económico
- Socio Cultural
- Político Institucional

Cada uno de estos ejes temáticos con sus respectivas líneas estratégicas y proyectos.

La lógica interactiva de los anteriores componentes, permitirá una base firme para llegar al cumplimiento del objetivo general y por ende de los objetivos específicos del proyecto en estudio.

1.2. Objetivos del Diagnóstico

1.2.1. General

Conocer la situación actual de la parroquia de Natabuela, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos de la inversión.

1.2.2. Específicos

- Estudiar los factores políticos que inciden en el proyecto.
- Analizar las características socio-culturales de los habitantes de la parroquia de Natabuela.
- Conocer la situación económica actual que tiene el país.
- Determinar las normas legales vigentes para la creación de la microempresa.
- Estudiar los factores tecnológicos que incurren en el proyecto.
- Conocer los factores ecológicos que inciden en el proyecto.

1.3. Variables

- Factores Políticos
- Socio-culturales
- Económico

- Normas legales
- Tecnología
- Medio Ambiente

1.4. Indicadores

1.4.1. Factores Políticos

- Plan Nacional del Buen Vivir
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

1.4.2. Socio-culturales

- Crecimiento Demográfico
- Hábitos de Consumo
- Enfermedades de los animales en los lugares de crianza

1.4.3. Económico

- Créditos por parte de entidades financieras
- Inflación
- Crecimiento Económico
- Actividades Económicas

1.4.4. Normas Legales

- Ruc
- Permiso del Ministerio de Salud
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

1.4.5. Tecnología

- Equipos

1.4.6. Medio Ambiente

- Manejo de Desechos

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

Cuadro No.1.
Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Estudiar los factores políticos que inciden en el proyecto	Factores Políticos	<ul style="list-style-type: none"> - Plan Nacional del Buen Vivir - Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones 	<ul style="list-style-type: none"> - P.N.B.V. - Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones
Analizar las características socio-culturales de los habitantes de la parroquia de Natabuela.	Socio-culturales	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento Demográfico - Hábitos de Consumo - Enfermedades de los animales en los lugares de crianza 	<ul style="list-style-type: none"> - Indicadores del I.N.E.C. - P.D.O.T. - Observación Directa
Conocer la situación económica actual que tiene el país.	Económico	<ul style="list-style-type: none"> - Créditos por parte de entidades financieras - Inflación - Crecimiento Económico - Actividades Económicas 	<ul style="list-style-type: none"> - C.F.N. - B.N.F. - Cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui - B.C.E. - P.D.O.T.
Determinar las normas legales vigentes para la creación de la microempresa	Normas Legales	<ul style="list-style-type: none"> - R.U.C. - Permiso del Ministerio de Salud - Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos 	<ul style="list-style-type: none"> - S.R.I. - Ministerio de Salud - Cuerpo de Bomberos
Estudiar los factores tecnológicos que incurren en el proyecto.	Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> - Equipos 	<ul style="list-style-type: none"> - Observación Directa
Conocer los factores ecológicos que inciden en el proyecto.	Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de Desechos 	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de Gestión Integral de Residuos Sólidos

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las Autoras

1.6. Análisis del Entorno

1.6.1. Metodología

En el análisis del entorno se realizará el estudio de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ecológicos (P.E.S.T.E.); con la finalidad de tener una mayor organización de cada uno de los aspectos estudiados.

FACTORES POLÍTICOS

Plan Nacional del Buen Vivir

En el objetivo 6 de este Plan se reconoce y apoya a las distintas formas de organización de la producción como son comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas con la finalidad de impulsar actividades económicas que conserven empleos y fomenten la generación de nuevas plazas, así como la disminución progresiva del subempleo y desempleo.

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

Este código incentiva y regula todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.

Según el Art. 24 de este código se establece la exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva;

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar la productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Normas Legales

Registro Único de Contribuyentes

El registro único de contribuyentes corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

Pasos para obtener el registro único de contribuyentes:

SOCIEDADES

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

El Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud

Es el documento otorgado por la autoridad de Salud a los establecimientos sujetos de Control y Vigilancia Sanitaria, que cumplen con los requisitos establecidos de acuerdo al tipo de establecimiento. El trámite de renovación o por primera vez se lo puede realizar en la Dirección Provincial y en las áreas de salud.

Requisitos

- Copia del registro único del contribuyente (R.U.C.).
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario del establecimiento.
- Permiso del Cuerpo de bomberos.
- Copia de certificados de salud conferidos por Centros de Salud del M.S.P.
- Ficha de inspección.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento.

Para obtener el permiso de funcionamiento se debe seguir los siguientes pasos:

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del registro único del contribuyente (R.U.C.).

FACTORES ECONÓMICOS

Tasas de Interés

Cuadro No.2.

Tasa de Interés

Institución Financiera	Tasa de Interés
Banco Nacional de Fomento	Microcrédito comercial y servicios al 15%. Microcrédito de producción al 11%.
Cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui	22%.
Corporación Financiera Nacional	10,50%

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las Autoras

Como podemos ver la Corporación Financiera Nacional ofrece una tasa de interés más baja, razón por la cual para la ejecución de nuestro proyecto tomaremos la tasa de interés del 10,50%.

La Inflación

Según el Banco Central del Ecuador, la inflación en el año 2013 es de 2,70% la misma que ha estado acompañada por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, e inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios.

El Desempleo

Según el Banco Central del Ecuador, la tasa de desempleo hasta el 30 de septiembre del 2013 es de 4,55%, lo cual nos indica que a pesar de que se ha evidenciado una disminución todavía existen personas desempleadas por lo que uno de los objetivos de este proyecto es generar empleo garantizando un trabajo estable, justo y digno.

Crecimiento Económico

El crecimiento económico de Ecuador en el 2013 es de 3,60 %. El Estado tiene una buena estabilidad económica por tal motivo existe un constante apoyo a los nuevos emprendimientos, beneficiando a las microempresas para lograr su permanencia en el mercado lo que también beneficia al país ya que habrá más fuentes de empleo.

Población Económicamente Activa

La población económicamente activa de Natabuela en el año 2010 es de 2.536 personas, valor que representa el 13,37% del total cantonal. La P.E.A. masculina supera a la femenina. El porcentaje de la P.E.A. se ha incrementado cerca de 2 puntos porcentuales entre el 2001 al 2010.

Principales Actividades Económicas

Según el censo del año 2010, las industrias manufactureras concentran la mayor cantidad de mano de obra (23%); sin embargo, la diversidad de actividades económicas es una característica que denota el desarrollo económico de Natabuela, siendo aquellas actividades relacionadas al comercio/agricultura, ganadería, silvicultura y pesca las que registran un despunte con tendencia creciente del 18%, marcadas por el cultivo de maíz. La P.E.A. dedicada a las actividades de alojamiento y servicio de comida es de 4% por su fácil accesibilidad a la parroquia. Es de destacar también la construcción alcanzando el 11%. El 15% representa a otros, el cual son las ramas de actividad que no son mayores al 2%.

Gráfico No. 1.

Principales Actividades Económicas



Fuente: I.N.E.C., Censo P.V. 2010
Elaboración: P.D.O.T. 2011

Inventario de Actividades Económicas

Según el inventario de actividades económicas obtenido en base a la información primaria, sobresale la gran diversidad de actividades económicas, dentro del cual sobresalen las 14 personas que se dedican a la preparación del hornado, los cuales no son comercializados en la parroquia ya que son llevados a otros lugares para su venta, existe 5 locales en los que se vende fritada y 2 restaurantes en el que se ofrece cuy frito, cada local de comida típica tiene una buena clientela.

Cuadro No. 3.
Restaurantes de Comida Típica

Nº	Establecimiento	Propietario	Dirección
1	El Serranito	Sra. Fanny Jiménez	Plaza Argentina junto al coliseo
2	La Tulpa	Sra. Nancy Farinango	Panamericana
3	Fritada al Paso	Sra. Beatriz Criollo	Panamericana
4	Paradero Mama Miche	Sr. Pablo Lima	Panamericana
5	Los Tres Guabos	Ing. Darwin Quinga	Panamericana
6	La Casera	Sra. María Topón	Panamericana
7	La Parrilla del Che	Sr. Pita Sevilla Efrén Honorato	García Moreno S/N Y Velasco Ibarra

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las Autoras

Competencia Desleal

La competencia desleal es un riesgo que hay que considerar ya que algunos negocios compran carne de baja calidad, ofreciendo precios bajos con la finalidad de atraer más clientes poniendo en riesgo la salud de los consumidores y provocando que los mismos no quieran regresar a estos lugares, por lo tanto en el centro gastronómico los platos van a ser preparados utilizando carne de buena calidad ya que el mismo estará bajo ciertas normas de higiene.

Actividad Ganadera

Algunas familias se dedican a la crianza de animales menores como cuyes, gallinas y cerdos, siendo estos últimos los que hay en mayor cantidad, puesto que los paraderos lo demandan con alta frecuencia. Sin embargo, no existe ningún criadero de cerdos que lleve a cabo las labores de manera planificada y articulada a la demanda local, motivo por el que diariamente se los trae de otros sitios.

Crianza de los Animales en Natabuela

Cuadro No. 4.

Personas Dedicadas a la Crianza de Animales

Personas	Crianza
Sra. Consuelo Apuango	Cerdos Gallinas de Campo
Sr. Ángel Bolaños	Cerdos
Sra. Sonia Armas	Gallinas de Campo
Sra. Cecilia Lita	Cuyes
Sra. Teresa Moreno	Cuyes
A.PRO.C.A.A.	Cuyes

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las Autoras

Turismo

En la parroquia de Natabuela existe una gran afluencia de turistas, pero la mayor cantidad son nacionales, los mismos que visitan los restaurantes de comida típica los fines de semana y feriados, después de haber visitado a Atuntaqui por su atractivo textil, la misma que en este año fue visitada por aproximadamente 200 mil personas.

ASPECTOS SOCIALES

Organización Territorial y Superficie de Natabuela

Cuadro No. 5.

Organización Territorial según Hectáreas

DENSIDAD POBLACIONAL PARROQUIA NATABUELA			
BARRIO/COMUNIDAD	ÁREA (Ha)	POBLACIÓN	DENSIDAD POBLACIONAL
BARRIO LA TOLA	64,53		
COMUNIDAD LOS ÓVALOS	478,58		
BARRIO CATABAMBA	63,48		
BARRIO EL COCO	79,53		
BARRIO CUTZABURO	44,96		
BARRIO CENTRAL	119,93		
BARRIO PALTO	55,99		
BARRIO FLORES VASQUEZ	42,46		
PARROQUIA	949,47	5651	5,95

Fuente: P.D.O.T. 2011

Elaboración: P.D.O.T. 2011

Como se puede ver la parroquia de Natabuela está integrada por 7 barrios y 1 comunidad, teniendo como superficie total 949,47 Ha.

Número de Habitantes

Según el censo de Población y Vivienda del 2010 existen 5.651 habitantes, siendo mayoría los hombres. Su población parroquial representa el 10,93% del total cantonal. El grupo de adultos/tas representa el mayor porcentaje (36,15%).

Cuadro| No. 6.
Grupos de Edad según Sexo

GRUPOS DE EDAD EN SAN FRANCISCO DE NATABUELA SEGÚN SEXO %				
Grupos de edad/años	Hombre	Mujer	Total	%
NIÑOS/AS (0-11)	674	683	1.357	24,01
ADOLESCENTES (12-17)	336	353	689	12,19
JÓVENES (18-28)	544	570	1.114	19,71
ADULTOS/AS (29-64)	968	1.075	2.043	36,15
ADULTOS MAYORES (65-Y MÁS)	197	251	448	7,93
TOTAL	2.719	2.932	5.651	100,00

Fuente: I.N.E.C., Censo 2010

Elaboración: P.D.O.T. 2011

En el norte del Ecuador se encuentra la provincia de Imbabura, así llamada por el volcán que la sirve de centro tutelar. La provincia tiene una ubicación estratégica, pues se encuentra a 60km. de la capital de la República (Quito) y a 100km. de la frontera colombiana.

En el sentido perpendicular, es un eje comunicador entre la Costa y la Amazonía. La actividad económica de Imbabura es esencialmente agropecuaria y de servicios.

El cantón Antonio Ante esta localizado en el centro de la provincia de Imbabura. Fue erigido en cantón en 1938. El cantón es el de menor extensión territorial. Con 79 km², que significa el 1.8% de la provincia pero su población representa el 10.5% de Imbabura, con una densidad que es 6 veces la de la provincia.

La población crece (según datos de la Agenda 21) a una tasa del 2.5%, superior a la nacional.

Etnia

Las etnias que prevalecen en Natabuela son la mestiza e indígena, entre el censo 2001 y el 2010 la población mestizo/a asciende en 2,16 puntos porcentuales; mientras que la indígena desciende 1,78 puntos porcentuales.

Hábitos de Consumo

En el Ecuador los hábitos alimentarios o de consumo forman parte de la cultura de un pueblo por lo que la venta de los platos típicos tiene gran acogida, a los hábitos de consumo se influyen factores como el poder adquisitivo, la producción, la accesibilidad de los productos, el clima, las fiestas populares, la publicidad, entre otros.

Conflictos Sociales

El principal conflicto social lo constituyen las huelgas, paralizando las actividades productivas, ya que impide el acceso de los consumidores a los negocios, perjudicando al comercio y a la producción del cantón.

Promoción Gastronómica

En las fiestas patronales de cada parroquia del cantón Antonio Ante se realizan el festival de comidas típicas, lo cual es muy beneficioso ya que a este evento asisten muchos turistas nacionales y extranjeros, este hecho sirve para promover la identidad y cultura del cantón a través de la gastronomía anteña.

Vías de acceso

San Francisco de Natabuela tiene una fácil accesibilidad, ya que se encuentra ubicado en la Panamericana Norte, la cual constituye su principal vía de acceso.

Enfermedades en los Criaderos de Animales

En la crianza de animales como gallinas, cuyes y cerdos se presenta principalmente enfermedades parasitarias causando la muerte de los animales, para evitar este problema es necesario capacitarse con el fin de mantener los lugares de crianza en buenas condiciones.

TECNOLOGÍA

Equipos

Para el mejor funcionamiento de las operaciones de la microempresa se utilizará la siguiente maquinaria: Self-service, Peladora de Papas, Refrigeradora, Horno para cerdo los mismos que serán adquiridos en Metálicas Vaca y Almacén su Casa los mismos que están ubicados en la ciudad de Ibarra.

MEDIO AMBIENTE

Manejo de Desechos

Antonio Ante, cuenta con el Proyecto “Modelo de Gestión Integral de Residuos Sólidos”, el cual obtuvo un contrato de subvención en noviembre del 2010 por parte de la Unión Europea. Uno de sus objetivos específicos es realizar el manejo adecuado de residuos en el Cantón mediante la implementación de programas que promuevan la separación, reciclado, reutilización y comercialización de residuos inorgánicos y orgánicos. En la parroquia de Natabuela los días de reciclaje son: Lunes y Viernes Orgánica, Martes y Jueves Inorgánica y Miércoles reciclaje con esto podremos realizar un buen manejo de los desechos durante la elaboración de los platos típicos.

1.7. Matriz A.O.O.R.

En el análisis externo se realizó las siguientes observaciones e indicadores:

Cuadro No. 7.
Matriz A.O.O.R.

ALIADOS	OPONENTES
<ol style="list-style-type: none">1. Los aliados principales del presente proyecto lo constituyen la población dedicada a la crianza de cerdos, cuyes y gallinas de la localidad.2. Cultura de consumo de la carne de cerdo, cuy y gallina de campo.3. Vías de acceso a la parroquia de Natabuela	<ol style="list-style-type: none">1. Exigencias Sanitarias.2. Existencia de varios restaurantes de comida típica en Natabuela.3. No tener apertura al crédito por ser una microempresa nueva.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ol style="list-style-type: none">1. La estabilidad política y económica del país, es un elemento que crea confianza a las nuevas inversiones locales y externas.2. Flujo turístico al cantón Antonio Ante.3. Promoción del estado a favor de la gastronomía nacional.4. Plan Nacional del Buen Vivir5. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.	<ol style="list-style-type: none">1. Inestabilidad de precios de los insumos para la preparación de los platos típicos.2. Existencia de conflictos sociales3. Aparecimiento de enfermedades en los lugares de crianza de cerdos, cuyes y gallinas.4. Competencia desleal.

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las Autoras

1.8. Identificación del Problema Diagnóstico/Oportunidad de Inversión

Realizado el diagnóstico situacional, aplicado en el sector que se implantará el proyecto y utilizando las variables que definirán los estudios posteriores se concluye que en la parroquia de Natabuela existen las condiciones suficientes para la formulación de un proyecto económico productivo.

En el sector de San Francisco de Natabuela, existen restaurantes de comida típica que ofrecen uno o dos platos típicos, provocando que los turistas y residentes tengan que trasladarse a otro sitio para degustar la diversidad gastronómica de Antonio Ante, por lo que se ha visto necesario abrir un local que satisfaga a la demanda potencial existente.

Por lo tanto, para dar solución a esta problemática, es necesario plantear un proyecto que permita hacer un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO GASTRONÓMICO DE COMIDA TRADICIONAL EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Debido a que en la actualidad las microempresas para permanecer en un mercado deben ser completamente competitivas es indispensable que tengan a la mano el conocimiento y las herramientas necesarias para poder desarrollar sus actividades optimizando de la mejor forma todos los recursos con los que cuenta. A continuación se detalla los principales términos en el ámbito de los estudios de factibilidad.

2.1. La Empresa

(Bravo, 2011, pág. 5) *“La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general.”*

Se puede decir que, la empresa es una entidad compuesta por diferentes factores de la producción como son recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos, con la finalidad de vender un producto o prestar un servicio para satisfacer las necesidades y obtener una utilidad.

2.1.1. Tipos de Empresa

(Bravo, 2011, pág. 5) *“Las empresas se clasifican en las siguientes:*

Según su naturaleza: Industriales, Comerciales, Servicios, Agropecuarias y Mineras.

Según el sector o la procedencia del capital: Públicas, Privadas y Mixtas.

Según la integración del capital o número de socios: Unipersonal y Sociedades.”

Como se puede observar, para una mejor identificación de las empresas estas se deben clasificar según su naturaleza, el sector o procedencia del capital o según la integración del capital o número de socios.

2.2. La Microempresa

(Estupiñan, 2012) *“La Microempresa es una especie de empresa, que opera en base del autoempleo, o a través del empleo de máximo diez trabajadores dependientes y cuyo capital de operacional supera los \$20.000; en la que predomine la operación de la maquinaria sobre la manual, se dedique a actividades de transformación, inclusive de forma, de materias primas o de productos semielaborados en artículos finales o de intermedios.*

A parte de producir también hay la de servir, como es esto la de prestar servicio a la comunidad para poder satisfacer las necesidades que el cliente lo necesite en cualquier lugar.”

Se puede concluir que, la microempresa es una entidad en la que se vende un producto o se presta un servicio con un personal máximo de diez trabajadores.

2.2.1. Características generales de la microempresa en el Ecuador

(Estupiñan, 2012) *“Siendo la microempresa un ente derivado de empresa, tiene características que tienen las empresas en general, además de las características propias como microempresa, así tenemos:*

- *La Concurrencia de la voluntad asociativa*
- *Tiene una causa Micro empresarial Lícita*
- *Posee un objeto Micro empresarial Lícito*
- *Tiene un domicilio y un plazo de vida*
- *Tiene una normativa que puede ser interna como externa”*

Se puede decir que, para constituir una microempresa las personas que desean conformarla deben tener en claro el fin y la actividad a la que se va

a dedicar la microempresa, además debe cumplir tanto con la normativa externa como interna.

2.2.2. Base Legal para la Creación de una Microempresa

(Estupiñan, 2012) *“La organización jurídica o marco legal de la empresa constituye el conjunto de leyes y reglamentos que rigen a las actividades de las Instituciones y de las personas, por lo tanto la microempresa también se incorpora acatar las disposiciones jurídicas vigentes, puesto que desde la creación de una empresa la ley dicta los tipos de sociedades permitidas, sus restricciones y su funcionamiento dentro, de lo que está el monto y la forma de participación.”*

Como se puede observar en lo descrito anteriormente, se puede concluir que para crear una microempresa se debe informar para conocer cuáles son los requisitos que se deben cumplir para la creación de una microempresa, de tal manera que la entidad lleve a cabo sus actividades con normalidad.

2.2.3. Clasificación de las Microempresas

(Mostafá, 2012) *“La clasificación según la actividad que producen pueden ser: Microempresas Productivas, Microempresas Comerciales, Según la Propiedad del Capital, Microempresas Familiares, Microempresas Asociativas, Microempresas Unipersonales.*

Según el tipo de población: Microempresas de Subsistencia, Microempresas de Acumulación Simple, Microempresas de Acumulación Ampliada.

Según la cantidad de funciones que desarrolla: Microempresas de Función Única. Microempresas de dos Funciones, Microempresas de Función Múltiple.

Según la novedad de su producción: Microempresas de Producción por Copia, Microempresas de Producción Innovadora.”

Como se puede ver, existe una clasificación de la microempresa con el objetivo de distinguirse entre sí, para tener una mejor identificación de la microempresa que se va a crear.

2.3. Estudio del Mercado

(Gálvez, 2013) *“Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.”*

Se puede decir que el estudio de mercado, a través de la recolección de datos y análisis de ellos permite determinar y cuantificar la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de estrategias de mercado.

2.3.1. Concepto de Mercado

(Zubilla, 2012) *“El mercado es el lugar o medio en el que se intercambian los bienes, los servicios y los factores productivos, ya que pone en contacto a los compradores (demanda) y a los vendedores (oferta).”*

Se puede decir que, el mercado es el lugar donde concurren oferentes y demandantes con la finalidad de satisfacer una necesidad.

2.3.2. Producto

(Russek, 2009, pág. 5) *“Son todos los objetos, elementos, material o cosas que sirven para satisfacer alguna necesidad humana.”*

Se puede decir que, el producto resulta de la combinación de materiales y procesos definidos llevado a cabo por una empresa, industria o individuo a fin de satisfacer una necesidad o varias necesidades del cliente.

2.3.3. Servicio

(Russek, 2009, pág. 5) *“Son bienes intangibles, generalmente consumidos en el lugar de la producción. No son transferibles.”*

De lo anteriormente se puede decir que, un servicio es un bien intangible que satisface una o varias necesidades del cliente.

2.3.4. Producto Sustituto

(Mktunlam, 2008) *“Son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.”*

De lo anteriormente expuesto se puede decir que, producto sustituto son bienes que pueden suplir al otro y satisfacer la necesidad del cliente.

2.3.5. Concepto de Oferta

(Russek, 2009, pág. 138) *“La oferta expresa la relación entre los precios y las cantidades de un bien que los productores están dispuestos a ofrecer.”*

Se puede deducir que, la oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrece al consumidor en el mercado a un precio determinado para satisfacer su necesidad.

2.3.6. Factores que la afectan

(Jazz, 2011) *“Los factores que afectan a la oferta son:*

- *La tecnología: esto se refiere a que más tecnología menor precio, en este caso la oferta aumentaría.*
- *El gobierno: afectan según los impuestos ya que estos afectan la producción.*
- *Factores externos: en este caso como también en la demanda son los mismos el clima, las temporadas, entre otros.”*

De lo descrito anteriormente, se puede notar que existen muchos factores que afectan el comportamiento de la oferta por tal motivo se debe tomar en

cuenta todos estos factores ya que si algunos de estos cambian la oferta también lo haría.

2.3.7. Concepto de Demanda

(Russek, 2009, pág. 125) *“La demanda nos muestra la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios.”*

Se puede deducir que, la demanda es la cantidad de personas que están dispuestos a adquirir el bien o servicio que una empresa brinda.

2.3.8. Factores que la afectan

(Jazz, 2011) *“Los factores que afectan a la demanda son:*

- *Dimensiones del mercado: esto se refiere a la cantidad de población.*
- *La elevación de precios: así como dice la ley de la demanda, a precios más altos menos demandantes.*
- *Preferencias o gustos personales: esto se refiere a que la gente está en su derecho de elegir lo que quiere consumir.*
- *Factores externos: estos son el clima, las temporadas en el año, la moda, entre otros.*
- *Los ingresos de los productores: a menos ingresos menos productos para los demandantes.”*

Como se puede ver también existen varios factores que se deben considerar para determinar la demanda, ya que estos factores están directamente relacionados con la misma.

2.3.9. Demanda Potencial a Satisfacer

(Vásquez, 2011) *“Se llama demanda potencial a satisfacer a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda potencial a satisfacer cuando la demanda es mayor que la oferta.”*

Se puede decir que la estimación de la demanda potencial a satisfacer es importante ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho con el servicio o producto con la finalidad de satisfacer dicha demanda.

2.3.10. Precio

(Baca, 2013, pág. 61) *“El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”*

Se puede decir que, el precio es el valor que tiene un bien o servicio al cual se le incorpora una utilidad.

2.3.11. Segmentación de Mercado

(Espinosa, 2013) *“La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo.”*

Existen diferentes variables para segmentar el mercado, dependiendo de cada empresa se utilizará una combinación diferente. Las variables de segmentación de mercado se encuentran agrupadas en variables geográficas, demográficas, psicográficas y de conducta.”

Es decir que la segmentación del mercado es identificar a quien va dirigido o quien va a ser el mercado que va a consumir un producto o servicio para satisfacer una o varias necesidades.

2.3.12. Universo

(Carrillo, 2012) *“Es el conjunto de individuos y objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. La totalidad de individuos o elementos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible de ser estudiada.”*

De lo anteriormente expuesto se puede decir que, el universo es un conjunto de individuos con una o más características susceptibles a un estudio estadístico.

2.3.13. Muestra

(Carrillo, 2012) *“La muestra tiene que ser representativa cuando reúne las características principales de la población en relación con la variable que se pretende estudiar. Es necesario tomar en cuenta la proporción de respuestas o valores de cada una de las dimensiones o categorías de las variables.”*

De lo anteriormente expuesto se puede decir que la muestra es una parte seleccionada de la población que deberá ser representativa, es decir, reflejar adecuadamente las características que deseamos analizar en el conjunto de estudio.

2.4. Estudio Técnico

(Bazante, 2011) *“El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales se cuentan los agentes que influyen en la compra de maquinaria y equipo, así como la calendarización de la adquisición de estas, los diferentes métodos para determinar el tamaño de la planta, los métodos para su localización, y los métodos de distribución y, finalmente, también se examinan los procesos de producción que pueden operar para el proyecto de inversión.”*

Se puede concluir diciendo que, el estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo de la microempresa.

2.4.1. Macrolocalización

(Dios, 2012) *“También llamada macro zona, es el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes. Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como: mano de obra, materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida, leyes y reglamentos, clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo actitud de la comunidad, zonas francas, condiciones sociales y culturales.”*

La macrolocalización se refiere a establecer con toda precisión el lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto, tomando en cuenta la región, provincia y el cantón.

2.4.2. Microlocalización

(Dios, 2012) *“Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizará y operará el proyecto dentro de la macro zona.”*

En esta parte se establece las condiciones específicas o particulares que permite fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto, se indica parroquia, calles longitudinales y transversales, dirección domiciliaria y croquis de ubicación.

2.5. El Turismo

2.5.1. Concepto

(Jáen, 2010) *“La definición tradicional del turismo está basada en el concepto de demanda y se refiere a todas aquellas actividades que realizan las personas que viajan a algún lugar fuera de su entorno habitual por un tiempo menor de un año y con motivo de ocio, diversión, negocios u otros.”*

Se puede concluir que, el turismo consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de forma individual o grupal, del lugar de residencia habitual a otro, con motivos de recreación, descanso, cultura o salud.

2.5.2. Características

(Ortega, 2009) *“Dentro del contexto del turismo, se pueden distinguir dos tipos de países; los emisores y los receptores. Por lo que se distingue las siguientes categorías de turismo.*

Por su finalidad, se divide en tres: doméstico, regional e internacional.

Por su forma de hacerlo se divide en doce diferentes: de aventura, de descanso, deportivo, religioso, gastronómico, de estudio, de salud, científico, cultural y artístico, ecoturismo, rural y agroturismo

El turismo consta de tres elementos básicos: Un elemento dinámico, un elemento estático y un elemento consecuencial.”

Se puede mencionar que, el turismo presenta muchas características ya que tiene un carácter económico, social y cultural.

2.5.3. Tipos de Turismo

(Torres, 2009) *“Los tipos de turismo más destacados son:*

- *Turismo litoral en el cual se encuentra el Turismo Gastronómico.*
- *Turismo de montaña.*

- *Turismo rural.*
- *Turismo artístico-cultural.*
- *Turismo ecológico o ecoturismo.*
- *Turismo de negocios.*
- *Turismo comercial.*
- *Turismo religioso.*
- *Turismo de balneario o de salud.”*

Como se puede observar las clasificaciones que se han dado del turismo son varias, en concordancia con una serie de características relevantes en materia de planeación.

2.5.4. Definición de Turismo Gastronómico

(Suárez, 2009) *“El turismo gastronómico se convierte en una fabulosa opción de aventura pues no sólo consiste en visitar a un determinado país o destino para degustar de sus platos típicos, sino que también es posible experimentar aventuras culinarias por medio de visitas a mercados, a tiendas de venta de productos alimenticios, de participaciones en fiestas locales, entre otros. Es claro también que el turismo gastronómico además de promover los atractivos culinarios promueve la identidad y cultura de la región que se visita.”*

De lo descrito anteriormente se puede concluir que, el turismo gastronómico es una buena forma de promover el flujo turístico al cantón, ya que los visitantes van a degustar los exquisitos platos típicos que se ofrece para que posteriormente decidan regresar a este lugar.

2.5.5. Características del Turismo Gastronómico

(Ponce, 2010) *“El turismo gastronómico se presenta como una nueva opción para adentrarse en el mundo de los sabores y el cual está dirigido tanto a personas conocedoras del arte del buen comer (chefs o gourmets) como a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria.*

Entre las actividades que contempla este sector se encuentran la asistencia a restaurantes donde se sirven platillos típicos, visita a mercados y tiendas de venta de productos alimenticios, observar o incluso cocinar en una de las casas de los lugareños así como la participación en fiestas locales donde la comida es uno de los invitados principales.”

Se puede mencionar que, el turismo gastronómico está dirigido a todo tipo de personas ya que el ofrecimiento de los platos típicos ayuda a promover la identidad y cultura de una región.

2.5.6. Platos Típicos de Antonio Ante

(Joomla, 2012) “Los principales platos típicos del Cantón Antonio Ante son: Fritadas, Cuyes y Helados los cuales son platos típicos que se han destacado en el Cantón por su trayectoria y aceptación en los visitantes que llegan a esta tierra. La deliciosa "fritada" de Atuntaqui" o el crujiente "cuy frito" en la parroquia de Chaltura se acompañan con los productos agrícolas predominantes de la región: las papas, el choclo en diferentes estados de cosecha para obtener el tradicional tostado o mote. Cierran este banquete, los deliciosos "helados de crema o de frutas", acompañados de: panuchas, rosquetes, mojicones o suspiros que le van a endulzar su visita a este Cantón.”

De lo expuesto anteriormente se puede concluir que, el cantón Antonio Ante a más del atractivo textil ofrece también deliciosos platos típicos que han tenido una buena aceptación por parte de las personas que degustan la gastronomía anteña.

2.6. Platos Típicos a Servirse en el Centro Gastronómico

2.6.1. Fritada

(Ayala, 2013) “La fritada es un ícono de la comida de la provincia de Imbabura, este plato es adobado con cebolla, comino, achote y la sal, luego se la cocina en la paila de bronce y se acompaña de papas, mote, tostado y según sea el gusto el respectivo ají.”

Se puede decir que, la fritada es un exquisito plato típico muy apetecido por las personas que visitan al cantón Antonio Ante.

2.6.2. Hornado

(Coronado, 2009) *“El hornado de chanco o cerdo, es un plato típico de Ecuador, se lo acompaña con mote, curtido de cebollas o aguacate y papas tortillas.”*

Cabe mencionar que, el hornado es un delicioso plato típico que es muy solicitado por propios y extraños.

2.6.3. Cuy Frito

(Agronegocios, 2013) *“En la sierra el cuy frito es una de las carnes más consumidas, no solo por tradición sino también por su valor nutricional, este plato típico se lo sirve acompañado de papas, ensalada fría, ají y una bebida al gusto del consumidor.”*

Se puede decir que, el cuy frito es ofrecido en la parroquia de Chaltura favoreciendo a la gastronomía anteña, ya que es deseado por muchas personas.

2.6.4. Caldo de Gallina de Campo

(Arias, 2012) *“Para la preparación de un buen caldo de ave, la gallina de campo es la elegida por su sabor, su color e intensidad.”*

Se puede mencionar que, el caldo de gallina de campo tiene propiedades curativas por tal motivo lo consumen varias personas.

2.7. Estudio Económico Financiero

2.7.1. Capital de Trabajo

(Puntual, 2012) *“El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio.”*

Se puede decir que en el capital de trabajo se establecen los recursos requeridos para operar en condiciones normales y le permite a la empresa determinar la oportunidad que tiene para seguir reinvertiendo.

2.7.2. Ingresos

(NIIFS, 2010) *“Ingresos son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como decrementos de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio, y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios a este patrimonio.”*

Se puede decir que, los ingresos son las ganancias obtenidas durante cierto periodo de tiempo por consiguiente aumenta el patrimonio.

2.7.3. Gastos

(NIIFS, 2010) *“Gastos son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio.”*

Al analizar lo anterior se puede decir que, los gastos son valores que disminuyen los bienes económicos dando como resultado la disminución del patrimonio en un periodo determinado.

2.7.4. Costos de Producción

(Plasencia, 2010) *“Son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas, se integran por sus tres elementos de producción: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.”*

Se puede decir que los costos de producción son aquellos costos que van a ser utilizados en la elaboración de los productos que realice una empresa.

2.7.5. Activo

(NIIFS, 2010) *“Un activo es un recurso controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados, del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.”*

De lo anteriormente se puede decir que, los activos son bienes que posee la empresa y que se espera obtener dinero o su equivalente.

2.7.6. Pasivo

(NIIFS, 2010) *“Un pasivo es una obligación presente de la entidad, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, y para cancelarla, la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos.”*

También se puede decir que, los pasivos son obligaciones contraídas por la organización como resultado de la captación de recursos ajenos.

2.7.7. Patrimonio

(NIIFS, 2010) *“Patrimonio es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos.”*

De lo anterior se puede decir que, el patrimonio es el valor real que tiene una empresa ya que resulta de la diferencia entre los activos y pasivos.

2.7.8. Presupuesto

(Luferoal, 2010) *“Es la estimación programada, en forma sistemática; de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por una organización, en un periodo determinado.”*

Se puede decir que el presupuesto es el cálculo anticipado de ingresos y gastos en un período determinado.

2.7.9. Financiamiento

(Lara C. , 2011) *“El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, entre otros. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.”*

También se puede decir que, el financiamiento es un aporte económico, a través del cual la empresa puede mantenerse o expandirse económica y físicamente.

2.7.10. Estado de Situación Financiera

(Rodríguez, 2014) *“Es el documento que muestra la situación financiera de un negocio a una fecha específica. En este informe sólo se utilizan las cuentas reales (activo, pasivo y capital) y en el se cumple la ecuación fundamental de contabilidad: Activo es igual a Pasivo más Capital ($A=P+ C$), y también el principio básico de Contabilidad de la “Partida Doble”, las cantidades de los activos y los pasivos deben ser iguales.”*

De anteriormente se puede decir que, el estado de situación financiera refleja la situación de una empresa en un momento determinado.

2.7.11. Estado de Resultados Integrales

(Lira, 2013) *“El Estado de Resultado Integral es una representación separada de las transacciones de ingresos y gastos. Las empresas tendrán éxito o fracasarán dependiendo de su capacidad de obtener ingresos por encima de los gastos.*

Mientras que los ingresos se registran cuando ha surgido un incremento en los beneficios económicos futuros (ligados a un incremento en los activos o a una disminución en los pasivos), los gastos se anotan cuando ha surgido una disminución en los beneficios económicos futuros, es decir, una disminución en los activos o un incremento en los pasivos.”

De lo expuesto anteriormente se puede decir que, el estado de resultados integrales es un documento contable donde se informa detalladamente y ordenadamente el resultado de las operaciones ya sea utilidad o pérdida en una entidad durante el periodo contable.

2.7.12. Estado de Flujo de Caja

(Romero, 2013) *“Tiene como finalidad el proveer información sobre los ingresos y desembolsos en efectivo de la empresa con el fin de:*

- Evaluar la habilidad empresarial para generar flujos de efectivo netos positivos en el futuro.*
- Evaluar la habilidad empresarial para cumplir con el pago de sus obligaciones, dividendos y sus necesidades de financiamiento externo.*
- Evaluar los efectos de la situación financiera de la empresa en cuanto a transacciones de financiamiento y de inversiones de efectivo.*
- Evaluar las razones para la diferencia entre la utilidad neta y los ingresos y desembolsos en efectivo relacionados.”*

Es decir que, el estado de flujo de efectivo es un estado contable que informa sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes, distribuidas en tres categorías: actividades operativas, de inversión y de financiamiento.

2.7.13. Estado de Cambio en el Patrimonio

(Portero, 2012) *“El estado de cambios en el patrimonio es un estado financiero básico que muestra y explica la variación en cada una de las cuentas del patrimonio de un ente económico en un periodo determinado.”*

De lo mencionado anteriormente se puede decir que, el estado de cambio en el patrimonio es un estado financiero que recoge información sobre todas las operaciones que han afectado al patrimonio neto a lo largo del presente ejercicio y del ejercicio anterior.

2.7.14. Notas Aclaratorias.

(Mina, 2010) *“Brindan los elementos necesarios para que aquellos usuarios que lean los estados financieros, puedan comprenderlos claramente, y puedan obtener la mayor utilidad de ellos.”*

Es decir que las notas aclaratorias dan información adicional de los estados financieros.

2.7.15. Técnicas de Evaluación Financiera

Valor Actual Neto

(Campo, 2014) *“El Valor Actual Neto (V.A.N.) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión.*

Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto.”

Se puede decir que expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

Tasa Interna de Retorno

(Campo, 2014) *“La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (T.I.R.), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.”*

Se puede decir que, la tasa interna de retorno es una medida de rentabilidad de una inversión, mostrando cuál sería la tasa de interés más alta a la que el proyecto no genera ni pérdidas, ni ganancias.

Punto de Equilibrio

(Baca, 2013, pág. 179) *“El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos.”*

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.”

Es decir que, el punto de equilibrio es un punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con las ventas de un producto, determinando la posible rentabilidad de venta.

Costo Beneficio

(Didier, 2010) *“La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.”*

Se puede decir que, el análisis del costo beneficio permite determinar la conveniencia del proyecto mediante la valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.

Periodo de Recuperación de la Inversión

(VTX, 2010) *“Es el tiempo que requiere una empresa para recuperar su inversión inicial en un proyecto; se calcula a partir de las entradas de efectivos.”*

Se puede decir que nos permite medir en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión inicial.

Análisis de Sensibilidad

(Thompson, 2009) *“Consiste en suponer variaciones que castiguen el presupuesto de caja, por ejemplo una disminución de cierto porcentaje en ingresos, o un aumento porcentual en los costos y/o gastos, entre otros.”*

Es decir que, el análisis de sensibilidad muestra cuán sensible es un proyecto ante la realización de determinados cambios.

2.8. Propuesta Estratégica

2.8.1. Definición de Centro Gastronómico

(Lomas, 2011) *“La empresa gastronómica operativa nace con la misión de satisfacer las necesidades de nuestros comensales con la más alta calidad en el servicio de alimentos para el sector institucional, industrial y empresarial, utilizando la mejor materia prima, la cual es elaborada por personal altamente capacitado y desarrollado integralmente, bajo las más estrictas normas de higiene, cuidando los tiempos de entrega establecidos y coadyuvando en el logro de los objetivos de las organizaciones.”*

También se puede decir que, el centro gastronómico es una entidad que atrae a muchos consumidores, ya que se dedica a la elaboración y venta de comida tradicional.

2.8.2. Misión y Visión del Centro Gastronómico

La Misión

(Prieto, 2012, pág. 95) *“La visión empresarial es el marco de referencia máximo de una organización, a corto plazo, para lograr sus objetivos. Es un enunciado*

preciso del tipo de negocio que nos lleva a identificar las ventajas competitivas en el mercado, permitiendo saber que papel desempeña la empresa, para quién lo hace, por qué existe la compañía y cómo realiza ese papel.”

Haciendo un análisis se puede decir que, la misión es la razón de ser de la empresa en la que se define las necesidades que pretende satisfacer y como lo hará.

La Visión

(Prieto, 2012, pág. 90) *“La visión es la imagen de un estado futuro ambicioso y deseable, relacionado con el cliente interno y externo y debe ser mejor que el estado actual y que a su vez debe convertirse en un sueño de largo alcance y para lograrlo se requiere pasión, sacrificio, tenacidad y dinamismo por parte de los integrantes de la empresa.”*

De lo anterior se puede decir que, la visión es lo que la empresa desea llegar a ser en un periodo de tiempo determinado.

2.8.3. Objetivos del Centro Gastronómico

(Udima, 2009) *“El objetivo es utilizado para hacer alusión a las metas, fines, o propósitos, que una organización se propone realizar, a través de ciertos medios necesarios, y motivado por diversas causas.”*

De lo anterior se puede decir que, los objetivos son un medio que permite alcanzar el cumplimiento de la misión de la organización, a través los recursos y esfuerzo.

2.8.4. La Organización del Centro Gastronómico

2.8.5. Estructura Organizativa

(Udima, 2009) *“La estructura de una organización no es más que una forma de ordenar un conjunto de relaciones entre los centros funcionales u operativos que llevan a cabo las tareas o actividades de la empresa, bien para «formalizar» los flujos de autoridad, decisiones, y los niveles jerárquicos en que estas se ponen en práctica o bien para lograr la adecuada comunicación y coordinación entre los componentes de la organización, para que las funciones desarrolladas respondan al plan común que se persigue.”*

Se puede decir que, la estructura organizativa permite organizar y formalizar las funciones y deberes de la organización, además se establece cuáles son sus niveles jerárquicos, su relación entre sí en la ejecución de tareas o actividades para alcanzar lo que persigue la organización.

2.8.6. Organigrama del Centro Gastronómico

(Anzola, 2007, pág. 126) *“El organigrama es una representación gráfica en la que se muestran las funciones, los departamentos o los puestos en la empresa y cómo se relacionan entre sí.”*

Es decir que, el organigrama es una imagen que nos permite conocer la organización, así como las relaciones jerárquicas.

2.8.7. Capacidad y Desarrollo del Personal

(Gongora, 2012) *“La Capacitación significa la preparación de la persona en el cargo. Es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito es preparar, desarrollar e integrar los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.”*

El Desarrollo se refiere a la educación que recibe una persona para el crecimiento profesional a fin de estimular la efectividad en el cargo. Tiene objetivos a largo plazo y generalmente busca desarrollar actitudes relacionadas con una determinada filosofía que la empresa quiere desarrollar.”

De lo anterior se puede decir que, la capacitación y desarrollo del personal permite que el personal adquiera nuevos conocimientos, habilidades permitiendo el crecimiento profesional y adaptarse a los cambios constantes del entorno. Logrando el desempeño eficaz de las funciones en el actual cargo o futuros cargos a desempeñar.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Planteamiento del Problema de Investigación

El estudio de mercado constituye una guía, que nos permite definir el desarrollo de estrategias efectivas en el ambiente de negocios y lograr el posicionamiento del producto en el mercado, de acuerdo a las necesidades de los consumidores.

Para el desarrollo del estudio de mercado se diseñó instrumentos de recolección de datos como son las encuestas y entrevistas, mismas que se aplicaron a los consumidores de los platos típicos, tomando en cuenta factores como: condiciones de la infraestructura de los locales de comida típica de Natabuela, calidad del servicio, demanda potencial a satisfacer y entre otros.

El presente estudio de mercado establece la factibilidad de poner en marcha el proyecto, tomando en cuenta a la competencia existente y dando gusto a las preferencias del cliente.

3.2. Objetivos de la Investigación

3.2.1. Objetivo General

Identificar la oferta y demanda de los restaurantes de comida típica de Natabuela para determinar si existe oportunidad para la propuesta.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar los productos y servicios objeto de estudio.
- Analizar la oferta y la demanda del servicio que se tendrá con la ejecución del proyecto.

- Identificar el nivel de demanda potencial a satisfacer a fin de determinar la factibilidad del proyecto.
- Conocer el precio de los platos típicos que se comercializará en el centro gastronómico.

3.3. Identificación de los Productos y Servicios

Identificación del servicio

Con la intención de aprovechar la cantidad de visitantes al Cantón Antonio Ante por el atractivo textil, se pretende establecer una microempresa gastronómica que satisfaga las necesidades de los consumidores; con la más alta calidad en el servicio de alimentos para el sector institucional, industrial y empresarial, utilizando la mejor materia prima, y personal altamente capacitado y desarrollado, bajo las más estrictas normas de higiene, cuidando los tiempos de entrega; esto nos permitirá incentivar el turismo gastronómico en la parroquia para promover su identidad y cultura.

3.3.1. Características

Fritada



La fritada es un ícono de la comida de la provincia de Imbabura, este plato es adobado con cebolla, comino, achote y la sal, luego se la cocina en la paila de bronce y se acompaña de papas, mote, tostado y según sea el gusto el respectivo ají.

Hornado



El hornado de choncho o cerdo, es un plato típico de Ecuador, se lo acompaña con mote, curtido de cebollas o aguacate y papas tortillas.

Cuy Frito



Este plato típico se lo sirve acompañado de papas, ensalada fría, ají y una bebida al gusto del consumidor.

Caldo de gallina de campo



El caldo de gallina de campo, es muy apetecida por su sabor y valor nutricional.

Bebidas



Las bebidas pueden ser, gaseosas, limonada, jugos y también para los eventos especiales tragos y licores de las mejores marcas.

3.3.2. Productos o Servicios Sustitutos

Pollo asado



Hay personas que no les agrada mucho el cuy frito, y prefieren comer el pollo asado que lo acompañan con una porción de arroz, papas fritas, ensalada, ají y como no puede faltar una bebida al gusto.

Parrilladas



La parrillada, es un método para cocinar carnes de diferentes animales. La parrillada en los restaurantes es cocinada en una parrilla de metal diseñada especialmente para ese propósito.

3.4. Consumidor del Producto

El consumidor o cliente final es base fundamental para la creación de una nueva microempresa o unidad productiva.

El centro gastronómico ubicado en la parroquia de Natabuela, tiene la idea de recibir clientes ya sean locales, nacionales o extranjeros en paraderos turísticos, además de buscar mejorar la calidad de vida de las personas que trabajan directa o indirectamente en la microempresa y propiciando el desarrollo de la parroquia.

3.5. Competencia Perfecta

La competencia perfecta es la situación de un mercado donde las empresas carecen de poder para manipular el precio, y se da una maximización del bienestar. Esto resulta una situación ideal de los mercados de bienes y servicios, donde la interacción de la oferta y demanda determina el precio. En un mercado de competencia perfecta existen gran cantidad de compradores (demanda) y de vendedores (oferta), de manera que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio.

En los mercados de competencia perfecta las empresas que pretenden obtener mayores beneficios deben recurrir al máximo aprovechamiento de la tecnología, a incorporar los últimos avances en técnicas productivas. Por lo tanto, en una situación de competencia perfecta la búsqueda de mayores beneficios va asociada a la combinación más eficiente y rentable de los factores productivos y la modernización tecnológica.

Cuadro No. 8.

Cantidad de Platos Típicos Vendidos a los Visitantes

Restaurante	Producto	Precio	Cantidad	
			Semanal	Anual
El Serranito	Cuy Frito	14,00	100	5.200
La Tulpa	Fritada	3,50	60	3.120
	Caldo de Gallina de Campo	3,50	40	2.080
Fritada al Paso	Fritada	3,50	65	3.380
	Caldo de Gallina de Campo	2,00	35	1.820
Paradero Mama Miche	Fritada	4,00	60	3.120
	Caldo de Gallina de Campo	3,50	40	2.080
Los Tres Guabos	Fritada	3,50	40	2.080
	Caldo de Gallina de Campo	2,50	20	1.040
La Casera	Fritada	3,00	105	5.460
	Caldo de Gallina de Campo	3,00	70	3.640
La Parrilla de Che	Cuy Frito	14,00	100	5.200
	Caldo de Gallina de Campo	3,00	80	4.160
TOTAL				42.380

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las Autoras

Para obtener estos datos se realizó la observación directa y la entrevista a los propietarios de los restaurantes que existen en Natabuela, permitiéndonos conocer el número de visitantes que frecuentan los locales de comida típica.

3.6. Investigación

3.6.1. Segmentación

Nuestro mercado se lo establecerá en función de los niveles de consumo por parte de quienes conforman el mercado meta, así como también considerando los niveles de aceptación para la creación del centro gastronómico.

En el proyecto para segmentar nuestro mercado hemos considerado el número de personas que visitan a la parroquia de Natabuela a degustar los platos típicos.

3.6.2. Marco Muestral o Universo

La población objeto de estudio, comprende el tamaño del universo de donde se determina los posibles clientes que requieren de los productos y servicios del centro gastronómico, por lo tanto para la determinación de la población objeto de estudio se consideró el número de personas que visitan los restaurantes de comida típica, el mismo que al finalizar el año fue de 42.380 visitantes según los datos obtenidos de la aplicación de la entrevista a los propietarios de estos locales.

3.6.3. Tamaño de la Muestra

Comprende el número de personas que componen la muestra, extraída de una población y para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

Fórmula de aplicación:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \delta^2}{(N - 1)e^2 + Z^2\delta^2}$$

Reemplazando datos tenemos:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \delta^2}{(N - 1)e^2 + Z^2\delta^2}$$

$$n = \frac{42.380 * 1,96^2 * 0,5^2}{(42.380 - 1)0,05^2 + 1,96^2 * 0,5^2}$$

$$n = 381$$

Tamaño de muestra = n = 381

Cuadro No. 9.

Datos del Tamaño de la Muestra

DATOS		
N	42.380	Visitantes restaurantes de comida típica
Z^2	1,96	Valor tipificado
δ^2	0,5	Desviación estándar de la población
e^2	0,05	Límite de error

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

3.6.4. Metodología de la Investigación de Campo

Para la recopilación de los datos con los que se ha trabajado, la herramienta que se utilizó fue la encuesta, ya que es un material sencillo y fácil de manejar, pero de mucha precisión al momento de obtener datos específicos del mercado meta. Adicional a la encuesta se realizó una entrevista a los propietarios de los locales que existen actualmente en Natabuela, además se utilizó la observación directa para tener información más precisa.

También se recurrió a información secundaria procesada en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural de San Francisco Natabuela.

3.6.5. Procesamiento de Datos y Análisis de Resultados

ENTREVISTA APLICADAS A LOS PROPIETARIOS DE LOS LOCALES DE COMIDA TÍPICA DE NATABUELA

- Preparación académica de los propietarios de los locales de comida típica de Natabuela

Cuadro No. 10.

Preparación Académica de los Propietarios

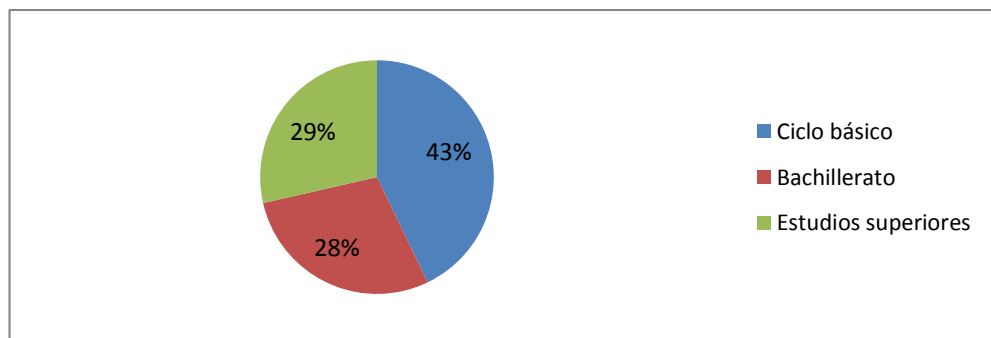
Preparación académica de los propietarios	f	%
Ciclo básico	3	43
Bachillerato	2	28
Estudios superiores	2	29
TOTAL	7	100

Fuente: Entrevista a Propietarios

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 2.

Preparación Académica de los Propietarios



Fuente: Cuadro No. 10.

Elaboración: Las autoras

Análisis

La mayoría de los propietarios de los locales de comida típica de Natabuela son terminados el ciclo básico, por lo que administra su local de forma empírica, mientras que el resto son bachilleres o tiene estudios superiores, permitiendo administrar adecuadamente los recursos de su negocio para ofrecer un buen servicio y obtener buenos beneficios.

- **Platos típicos que se ofrece en cada local**

Cuadro No. 11.

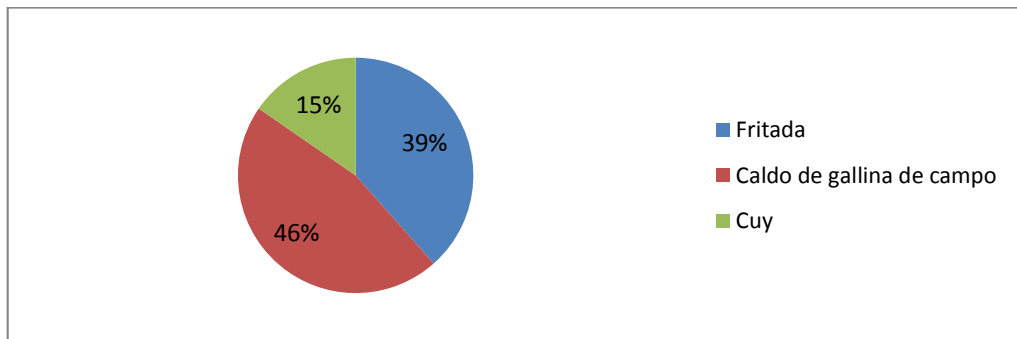
Platos Típicos

Platos típicos que ofrecen en los locales	f	%
Fritada	5	39
Caldo de Gallina de Campo	6	46
Cuy Frito	2	15
TOTAL	13	100

Fuente: Entrevista a Propietarios
Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 3.

Platos Típicos



Fuente: Cuadro No. 11.
Elaboración: Las autoras

Análisis

La mayor parte de los locales de comida típica ofrecen fritada y caldo de gallina de campo evidenciando que no existe una variedad gastronómica, por lo que los clientes optan buscar otras alternativas, sólo una pequeña parte ofrece el cuy frito como plato típico de sus locales, lo que indica que existe una demanda potencial a satisfacer la misma que será cubierta en parte con la creación del centro gastronómico.

Servicios que brinda el establecimiento

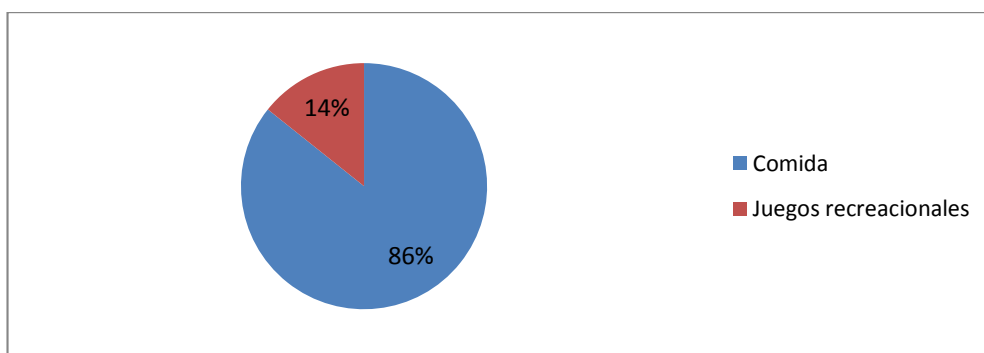
Cuadro No. 12.
Servicios Brindados

Servicios que brinda el establecimiento	f	%
Comida	6	86
Juegos recreacionales	1	14
TOTAL	7	100

Fuente: Entrevista a Propietarios

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 4.
Servicios Brindados



Fuente: Cuadro No. 12.

Elaboración: Las autoras

Análisis

Tan solo un restaurante de comida típica cuenta con servicios complementarios como son los juegos recreacionales y está representado por el 14%, mientras que el 86% de estos locales ofrecen los servicios de comida porque no cuenta con amplias instalaciones por lo que pretenden en un futuro ampliar sus negocios para mejorar su servicio y obtener una mayor rentabilidad, mejorando así su calidad de vida.

- **Número de platos típicos que vende por semana**

Cuadro No. 13.

Platos Típicos Vendidos por Semana

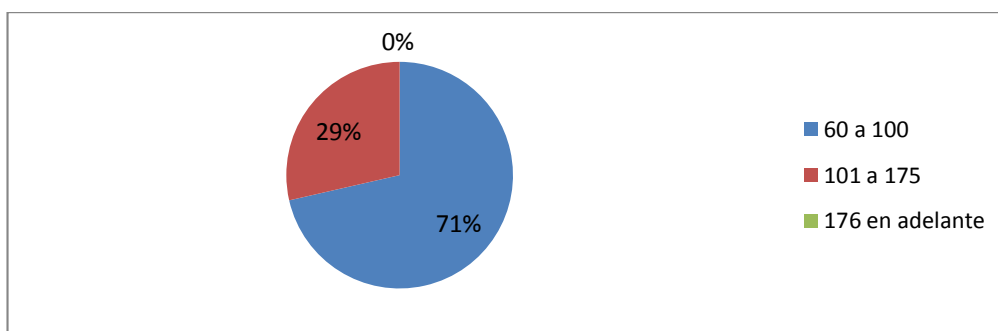
Platos típicos que vende por semana	f	%
60 a 100	5	71
101 a 175	2	29
176 en adelante	0	0
TOTAL	7	100

Fuente: Entrevista a Propietarios

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 5.

Platos Típicos Vendidos por Semana



Fuente: Cuadro No. 13.

Elaboración: Las autoras

Análisis

Después de analizar y tabular la cantidad de platos típicos vendidos a la semana por los siete locales entrevistados, se puede notar que existe una gran afluencia de personas ya que cinco locales mencionan que venden entre los 60 a 100 platos a la semana, y el 29% vende de 101 a 175 platos típicos, la cantidad de venta está relacionado con el espacio físico con el que cuentan los locales y la calidad de servicios que ofrecen.

- Número platos típicos que venden en temporada alta

Cuadro No. 14.

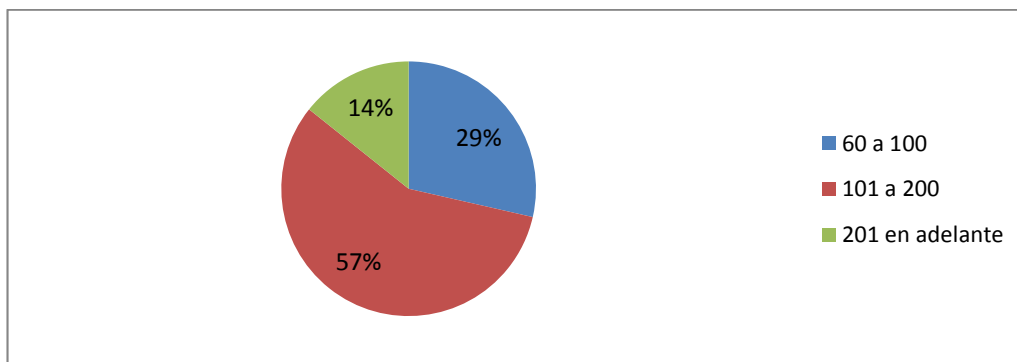
Platos Típicos Vendidos en Temporada Alta

Platos típicos vendidos en temporada alta	f	%
60 a 100	2	29
101 a 200	4	57
201 en adelante	1	14
TOTAL	7	100

Fuente: Entrevista a Propietarios
Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 6.

Platos Típicos Vendidos en Temporada Alta



Fuente: Cuadro No. 14.
Elaboración: Las autoras

Análisis

La mayoría de los locales de comida típica venden en temporada alta alrededor de 101 a 200 platos, el 29% vende de 60 a 100 platos típicos y el 14% vende más de 200 platos, ya que en los días festivos las personas salen de viaje con sus familias a degustar los platos típicos que ofrecen los locales de comida típica por lo tanto, estos locales preparan más comida por lo que consideran que es buena temporada para vender.

- **Consideración del servicio que se ofrece en el negocio**

Cuadro No. 15.
Consideración del Servicio Prestado

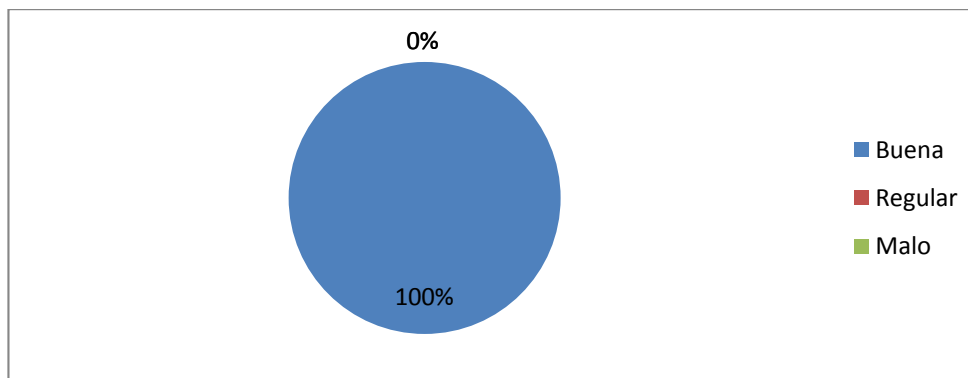
Consideración del servicio que se ofrece en el negocio	f	%
Buena	7	100
Regular	0	0
Malo	0	0
TOTAL	7	100

Fuente: Entrevista a Propietarios

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 7.

Consideración del Servicio Prestado



Fuente: Cuadro No. 15.

Elaboración: Las autoras

Análisis

Todos los propietarios de los locales de comida típica consideran que sus servicios prestados son buenos; pero también mencionan que quieren mejorar más la atención prestada hacia los clientes, ya que al tratarlos con amabilidad y de forma ágil los clientes regresan otra vez a consumir en el mismo local lo cual es muy beneficioso para los negocios ya que obtienen mayores ingresos.

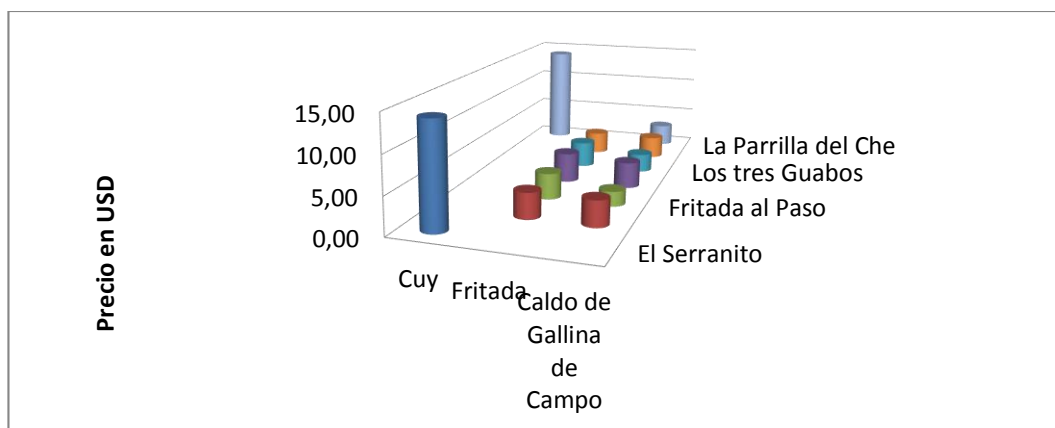
- **Precios de comercialización de los platos típicos**

Cuadro No. 16.
Precio en U.S.D. de los Platos Típicos

Platos típicos	El Serranito	La Tulpa	Fritada al Paso	Paradero Mama Miche	Los Tres Guabos	La Casera	La Parrilla del Che
Cuy Frito	14,00						14,00
Fritada		3,50	3,50	4,00	3,50	3,00	
Caldo de Gallina de Campo		3,50	2,00	3,50	2,50	3,00	3,00

Fuente: Entrevista a Propietarios
Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 8.
Precio en U.S.D. de los Platos Típicos



Fuente: Cuadro No. 16.
Elaboración: Las autoras

Análisis

El precio de comercialización de los platos típicos varían en pequeñas cantidades y dependerá siempre del precio de adquisición de la materia prima, así como también de las porciones en que se venden los platos típicos, además de los servicios complementarios que el local ofrezca, los precios son los siguientes: del cuy frito es de \$14 en El Serranito y La Parrilla de Che, la fritada es vendida a un precio de \$3,00 en La Casera, \$ 3,50 en La Tulpa, Fritada al Paso, Los Tres Guabos y a \$ 4 en el Paradero Mama Miche, el caldo de gallina de campo es vendido a un precio de \$2,00

en la Fritada al Paso, \$2,50 en Los Tres Guabos, La Parrilla del Che y en La Casera a \$3,00 y a \$3,50 en La Tulpa y también en el Paradero Mama Miche.

- **Cantidad de clientes nacionales y extranjeros**

Cuadro No. 17.

Tipo de Clientela

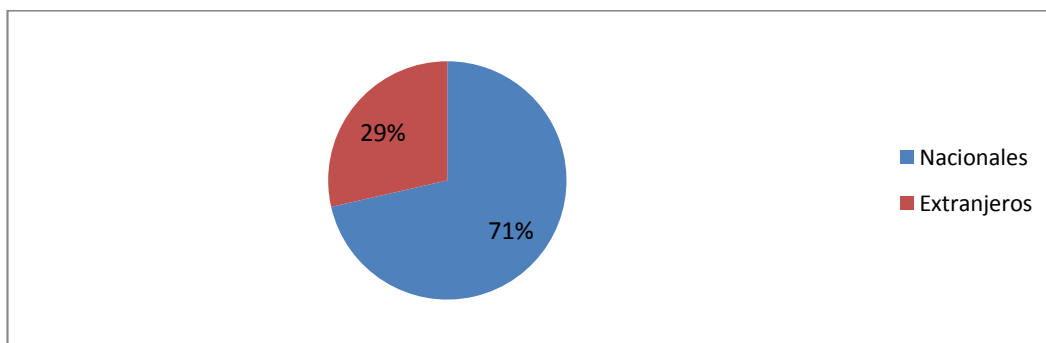
Clientes que frecuentan a los paraderos de comida típica	f	%
Nacionales	5	71
Extranjeros	2	29
TOTAL	7	100

Fuente: Entrevista a Propietarios

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 9.

Tipo de Clientela



Fuente: Cuadro No. 17.

Elaboración: Las autoras

Análisis

Las personas entrevistadas mencionan que la mayor parte de su clientela son nacionales, dándonos a conocer que la comida típica en la localidad tiene gran acogida y una pequeña parte de la clientela es extranjera por lo que es necesario dar a conocer la calidad de la comida típica que se ofrece en los negocios para de esta manera atraer a más turistas a la parroquia.

- **Platos de cuy frito vendidos a la semana**

Cuadro No. 18.

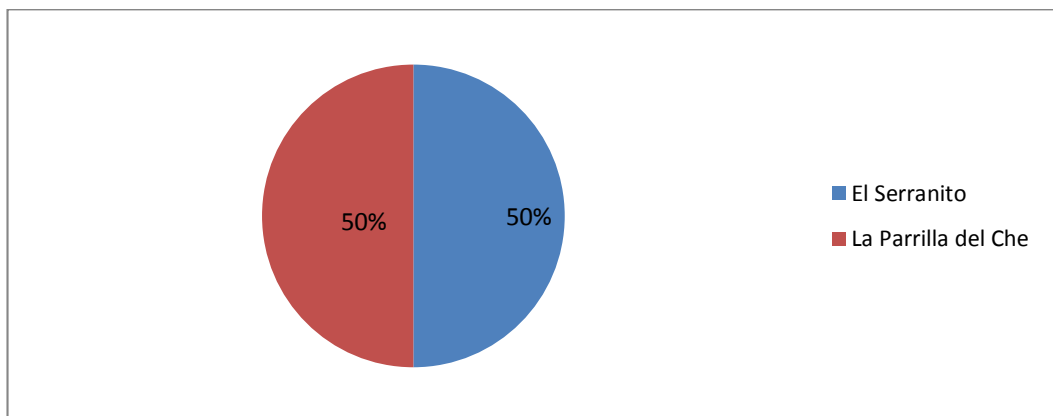
Platos de Cuy Frito Vendidos a la Semana

Platos de cuy frito vendidos a la semana	f	%
El Serranito	100	50
La Parrilla del Che	100	50
TOTAL	200	100

Fuente: Entrevista a Propietarios
Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 10.

Platos de Cuy Frito Vendidos a la Semana



Fuente: Cuadro No. 18.
Elaboración: Las autoras

Análisis

De los siete locales entrevistados se evidenció que El Serranito y La Parrilla del Che, son los únicos locales que ofrecen cuyes fritos y a la semana vende alrededor de 100 platos por lo se pudo conocer que este plato típico, sí tiene acogida por los consumidores razón por la cual se debe promover la venta de este plato típico.

- **Platos de fritada vendidos a la semana**

Cuadro No. 19.

Platos de Fritada Vendidos a la Semana

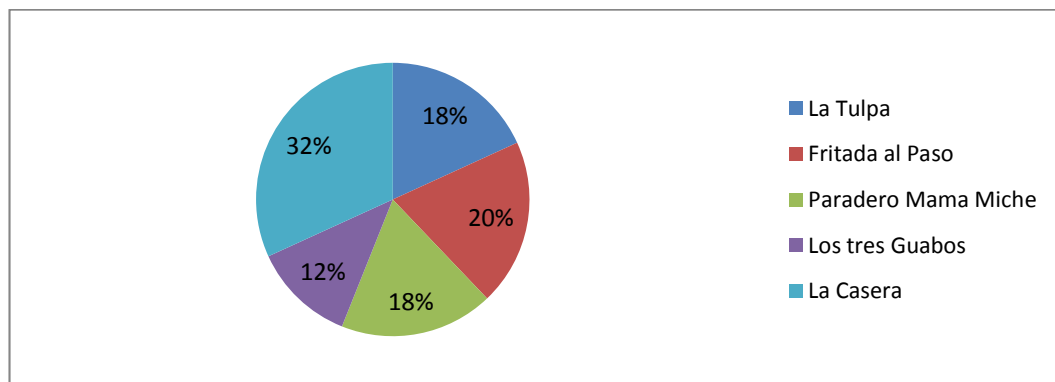
Platos de fritada vendidos a la semana	f	%
La Tulpa	60	20
Fritada al Paso	65	21
Paradero Mama Miche	60	20
Los Tres Guabos	40	13
La Casera	105	26
TOTAL	330	100

Fuente: Entrevista a Propietarios

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 11.

Platos de Fritada Vendidos a la Semana



Fuente: Cuadro No. 19.

Elaboración: Las autoras

Análisis

La Casera vende alrededor de 105 platos de fritada que representa el 32%, el local Fritada al paso vende 65 platos que representa el 20%, el restaurante Paradero Mama Miche y La Tulpa venden cerca de 60 platos que significa el 18% y Los Tres Guabos vende 40 platos que representa el 12%, por lo que se puede notar que la venta de la fritada tiene una gran acogida por los consumidores y va a ser muy beneficioso ofrecer este plato típico en el centro gastronómico ya que generará más utilidad por ser el plato típico que más aceptabilidad tiene por los consumidores.

- **Platos de caldo de gallina de campo vendidos a la semana**

Cuadro No. 20.

Platos de Caldo de Gallina Vendidos a la Semana

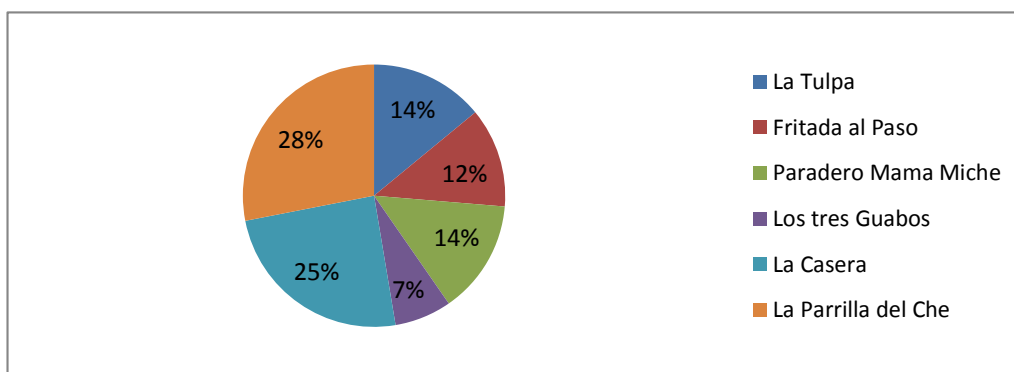
Platos de caldo de gallina de campo vendidos a la semana	f	%
La Tulpa	40	19
Fritada al Paso	35	17
Paradero Mama Miche	40	20
Los Tres Guabos	20	10
La Casera	70	34
La Parrilla del Che	80	28
TOTAL	285	100

Fuente: Entrevista a Propietarios

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 12.

Platos de Caldo de Gallina Vendidos a la Semana



Fuente: Cuadro No. 20.

Elaboración: Las autoras

Análisis

Este plato típico tiene una buena aceptación por los clientes debido a las propiedades nutricionales que este tiene, siendo este uno de los platos típicos más demandados en Natabuela representado de la siguiente manera: La Parrilla del Che vende alrededor de 80 platos, la Casera vende alrededor de 70 platos de caldo de gallina de campo, el restaurante Paradero Mama Miche vende alrededor de 40 platos, La Tulpa venden

cerca de 40 platos, el local Fritada al paso vende 35 platos y Los Tres Guabos vende 20 platos

Frecuencia de Consumo de los Platos Típicos Ofertados en los Diferentes Locales.

Cuadro No. 21.

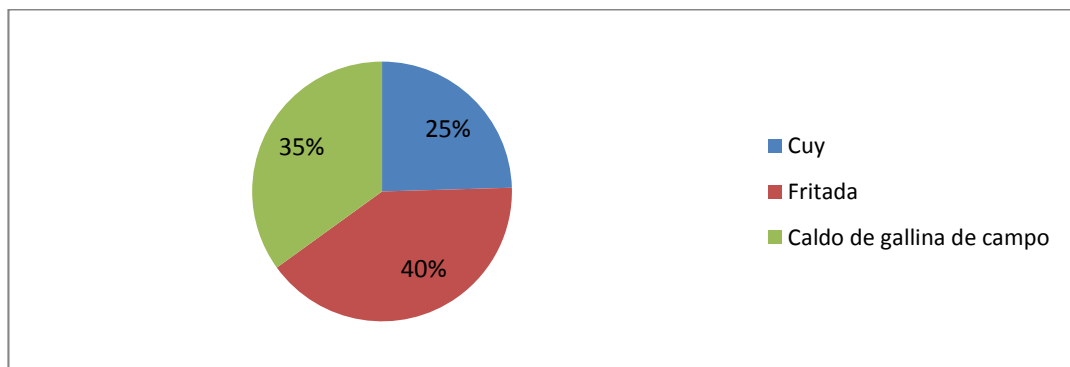
Frecuencia de Venta de los Platos Típicos

Platos típicos vendidos a la semana	f	%
Cuy Frito	200	25
Fritada	330	40
Caldo de gallina de campo	285	35
TOTAL	815	100

Fuente: Entrevista a Propietarios
Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 13.

Frecuencia de Venta de los Platos Típicos



Fuente: Cuadro No. 21.
Elaboración: Las autoras

Análisis

De los cinco locales de comida típica que ofrecen fritada se puede constatar que este plato típico es el de mayor preferencia por los clientes razón por la cual es el plato típico más vendido en los diferentes locales de comida típica, seguido por el caldo de gallina de campo el cual es consumido por sus valores nutricionales y con un 25% el plato de cuy frito el mismo que es

consumido por muchas personas debido a su exquisito sabor, con estos datos nos permitió conocer el porcentaje de demanda de los platos típicos.

ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES

Datos Generales:

Cuadro No. 22.

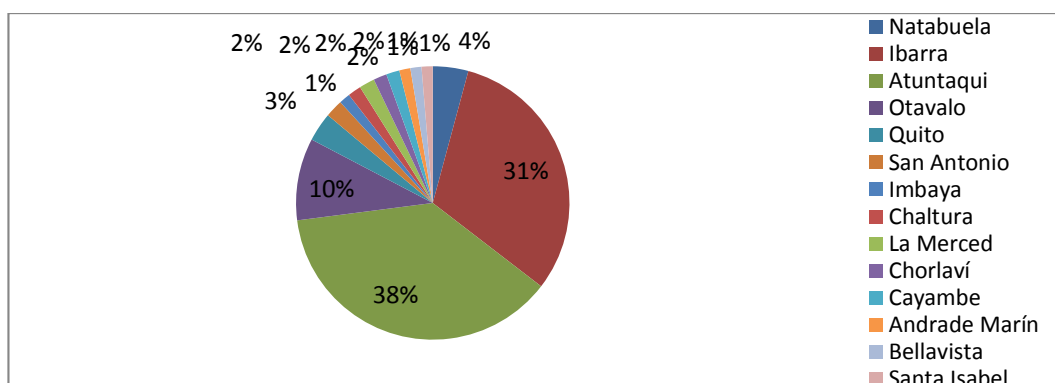
Lugar de Residencia

Lugar de residencia de los visitantes	f	%
Natabuela	16	4
Ibarra	119	31
Atuntaqui	143	37
Otavalo	37	10
Quito	13	3
San Antonio	8	2
Imbaya	5	1
Chaltura	6	2
La Merced	7	2
Chorlaví	6	2
Cayambe	6	2
Andrade Marín	5	1
Bellavista	5	1
Santa Isabel	5	1
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 14.
Lugar de Residencia



Fuente: Cuadro No. 22.
Elaboración: Las autoras

Análisis

Para obtener esta información se aprovechó la oportunidad de un evento ciclistico coincidiendo para obtener información verídica de primera fuente. La mayoría de los clientes que visitan los restaurantes de comida típica son de Atuntaqui, ya que los residentes buscan rescatar y promover la historia y cultura de Natabuela, a través de su gastronomía, pero también estos locales son visitados por personas de otros sitios, ya que el 31% es representado por clientes de Ibarra, el 10% Otavalo y con un porcentaje menor al 5% Natabuela, Quito, San Antonio, Imbaya, Chaltura, La Merced, Chorlaví, Cayambe, Andrade Marín, Bellavista, Santa Isabel.

Género

Cuadro No. 23.

Género

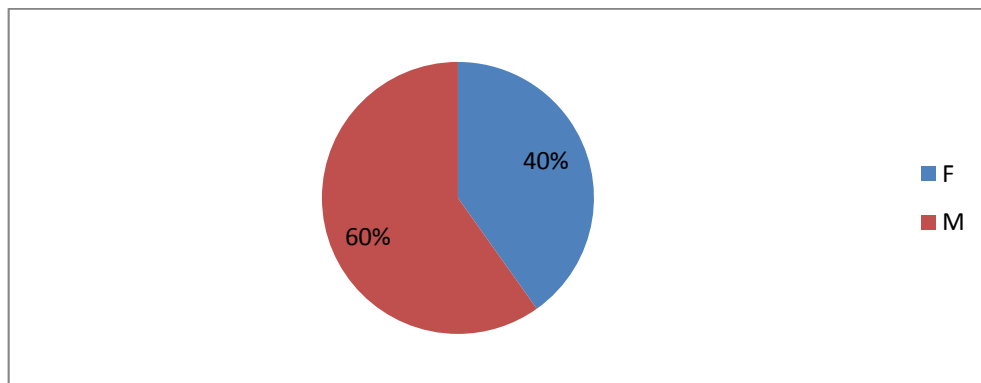
Género	f	%
F	153	40
M	228	60
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 15.

Género



Fuente: Cuadro No. 23.

Elaboración: Las autoras

Análisis

La mayor parte de las personas encuestadas fueron hombres, ya que ellos son los jefes de familia quienes en muchas ocasiones sustentan los hogares y un porcentaje menor de las personas encuestadas fueron mujeres las mismas que, tienen un trabajo lo que les sirve para aportar recursos a sus familias.

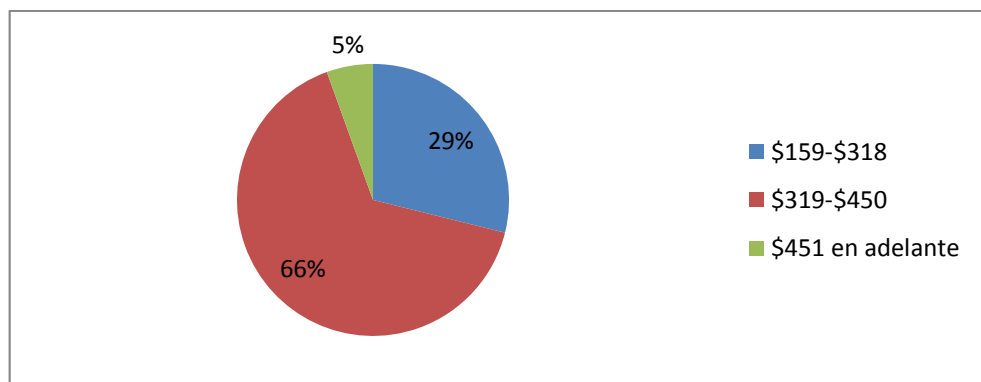
Ingresos Mensuales

Cuadro No. 24.
Ingresos Mensuales

Ingresos mensuales de los consumidores	f	%
\$159- \$318	110	29
\$319-\$450	250	66
\$451 en adelante	21	5
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores
Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 16.
Ingresos Mensuales



Fuente: Cuadro No. 24.
Elaboración: Las autoras

Análisis

La mayoría de los clientes reciben una remuneración entre \$319 a \$450, debido a que tienen trabajos que les ofrecen sueldos mayores al salario básico, el 29% de las personas reciben salarios entre \$159 a \$318 el mismo que corresponde al salario básico en relación al tiempo de trabajo ya sea a tiempo completo o medio tiempo de trabajo y un porcentaje menor de los consumidores perciben salarios mayores a \$451.

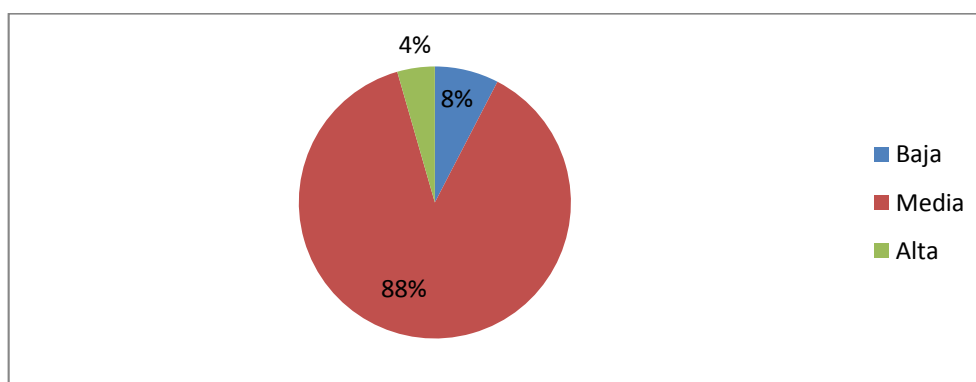
Situación Económica

Cuadro No. 25.
Situación Económica

Situación económica de los consumidores	f	%
Baja	29	8
Media	335	88
Alta	17	4
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores
Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 17.
Situación Económica



Fuente: Cuadro No. 25.
Elaboración: Las autoras

Análisis

La mayoría de las personas encuestadas, consideran que su situación económica es media, el 8% suponen que su situación económica es baja y el 4% dice que su situación económica es alta, todo estos datos es en relación a los sueldos que reciben.

Preguntas Específicas

1. ¿Con que frecuencia visita a la parroquia de Natabuela para degustar los platos típicos?

Cuadro No. 26.

Frecuencia de Visita a Natabuela

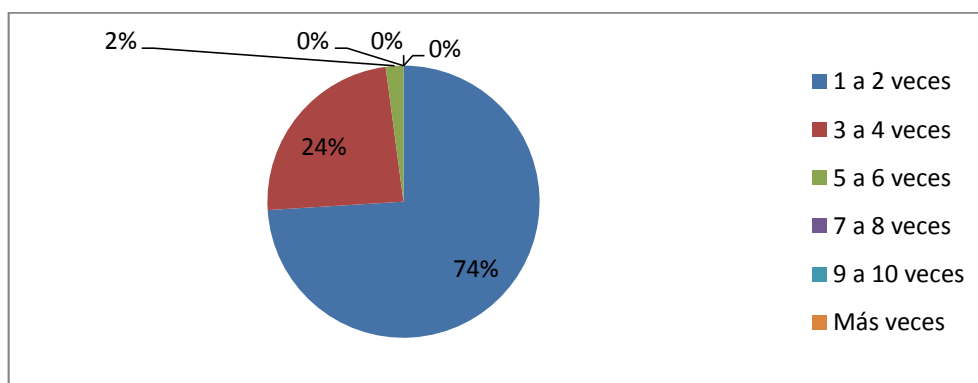
Frecuencia mensual con la que es visitada Natabuela por los consumidores a degustar los platos típicos	f	%
1 a 2 veces	282	74
3 a 4 veces	91	24
5 a 6 veces	8	2
7 a 8 veces	0	0
9 a 10 veces	0	0
Más veces	0	0
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 18.

Frecuencia de Visita a Natabuela



Fuente: Cuadro No. 26.

Elaboración: Las autoras

Análisis

La mayoría de las personas visitan a Natabuela de 1 a 2 veces al mes para degustar los platos típicos, ya que los demás fines de semana buscan otros lugares en los que puedan disfrutar de la diversidad gastronómica, el 24%

visitan la parroquia de 3 a 4 veces y el 2% de 5 a 6 veces de igual forma para degustar la gastronomía de este lugar.

2. ¿Cuántos platos típicos compra por visita?

Cuadro No. 27.

Cantidad de Consumo de los Platos Típicos

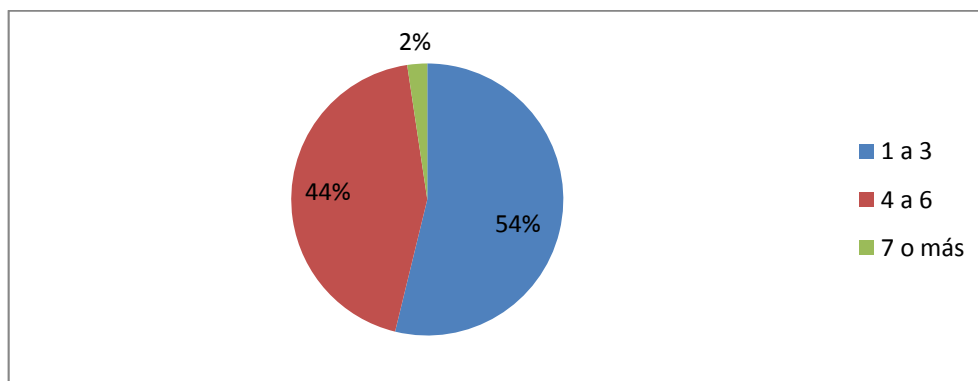
Cantidad de consumo de los platos típicos por visita	f	%
1 a 3	205	54
4 a 6	167	44
7 o más	9	2
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 19.

Cantidad de Consumo de los Platos Típicos



Fuente: Cuadro No. 27.

Elaboración: Las autoras

Análisis

Muchos de los visitantes consumen de 1 a 3 platos típicos, el 44% consume de 4 a 6 y el 2% compran 7 o más platos típicos todos estos datos son de acuerdo al número de integrantes de las familias o también en relación al número de acompañantes que lleven para degustar los platos típicos.

3. ¿Qué local de comida típica en Natabuela visita con preferencia?

Cuadro No. 28.

Local Visitado con más Preferencia

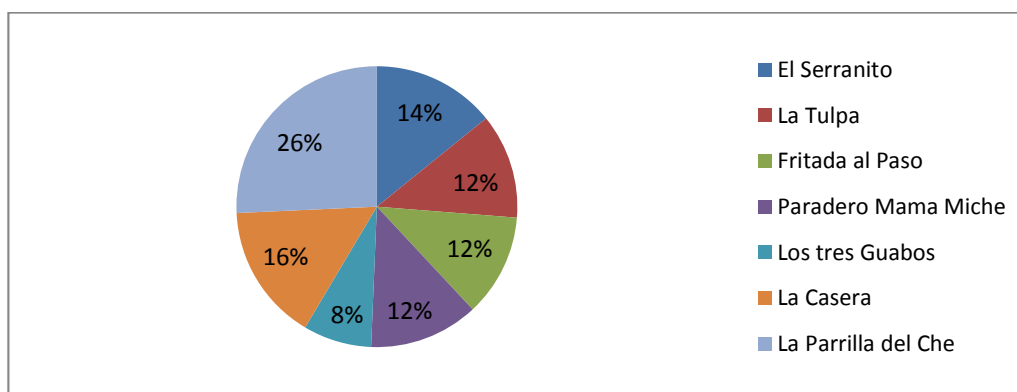
Local visitado con más preferencia	f	%
El Serranito	54	14
La Tulpa	46	12
Fritada al Paso	45	12
Paradero Mama Miche	48	12
Los Tres Guabos	30	8
La Casera	60	16
La Parrilla del Che	98	26
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 20.

Local Visitado con más Preferencia



Fuente: Cuadro No. 28.

Elaboración: Las autoras

Análisis

El local más visitado es La Parrilla del Che ya que en este establecimiento se ofrece una buena atención, así como también sus precios son accesibles, el 16% prefiere consumir en La Casera, el 14% visita El Serranito para consumir el cuy frito, el 12% consume los platos típicos en La Tulpa y Fritada al Paso y el Paradero Mama Miche, y el resto visitan Los Tres Guabos estos resultados están en función de los gustos y preferencias

de los consumidores al momento de elegir que plato típico desean consumir, además de la cantidad, calidad y precios que ofertan los diferentes locales.

4. ¿Cómo considera que es la atención brindada en estos locales?

Cuadro No. 29.

Atención Brindada en estos Locales

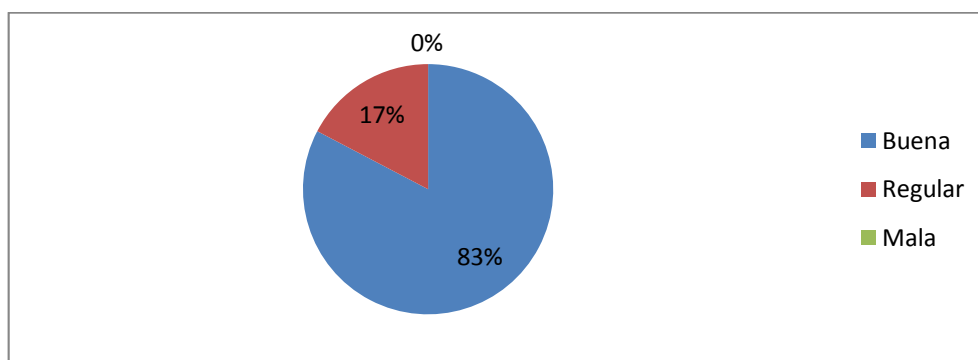
Atención brindada en estos locales	f	%
Buena	315	83
Regular	66	17
Mala	0	0
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 21.

Atención Brindada en estos Locales



Fuente: Cuadro No. 29.

Elaboración: Las autoras

Análisis

Gran parte de las personas encuestadas consideran que la atención brindada en estos locales es buena, ya que se da una atención rápida y amable mientras que el resto considera que la atención es regular, ya que hay ciertas cosas que se debe mejorar.

5. ¿Estaría dispuesto a visitar un centro gastronómico en el que se sirva los diferentes platos típicos de Antonio Ante?

Cuadro No. 30.

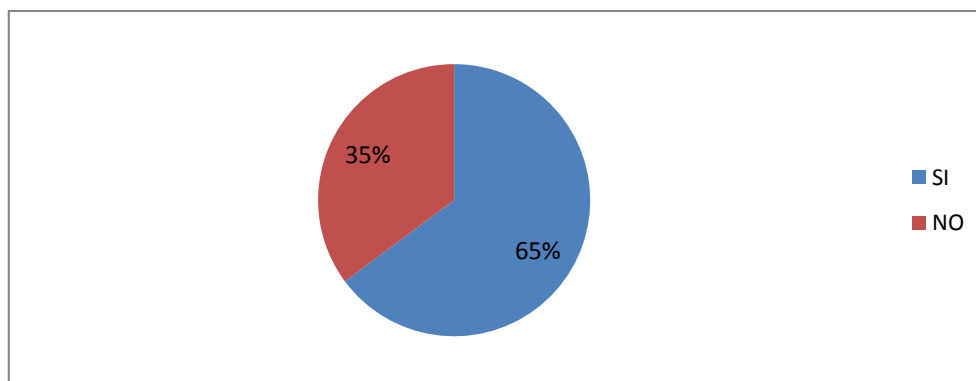
Aceptabilidad del Centro Gastronómico

Porcentaje de aceptabilidad del Centro Gastronómico	f	%
SI	247	65
NO	134	35
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores
Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 22.

Aceptabilidad del Centro Gastronómico



Fuente: Cuadro No. 30.
Elaboración: Las autoras

Análisis

La mayoría de las personas encuestadas respondieron que sí están dispuestos a visitar un centro gastronómico en el que se sirva los diferentes platos típicos, permitiendo dinamizar la económica de la localidad y aumentar la demanda de estos animales ya que algunas familias de Natabuela se dedican a la crianza de animales menores como cuyes, gallinas y cerdos.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de hornado?

Cuadro No. 31.

Precio del Hornado

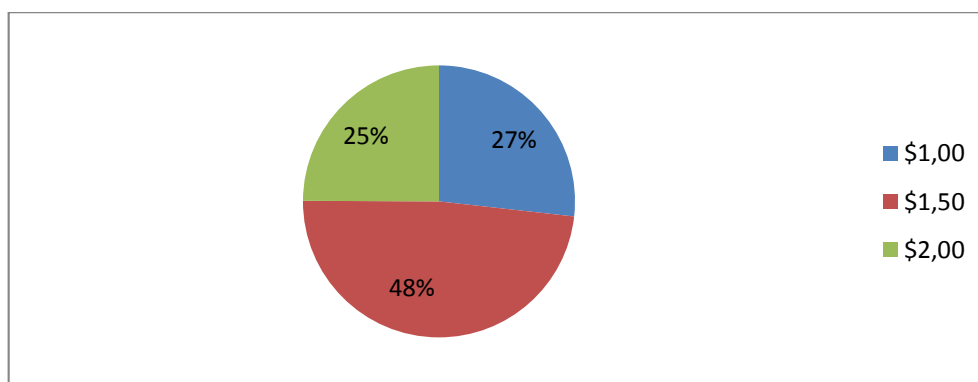
Precio	f	%
\$1,00	102	27
\$1,50	184	48
\$2,00	95	25
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Las autora

Gráfico No. 23.

Precio del Hornado



Fuente: Cuadro No. 31.

Elaboración: Las autoras

Análisis

Por un plato de hornado la mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a pagar \$1,50, el 27% están dispuestas a pagar \$1,00 y el 25% están de acuerdo en pagar \$2,00, estos precios los han considerado de acuerdo a su capacidad económica y también de acuerdo a los precios que han venido pagando en los diferentes locales de comida típica.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de fritada?

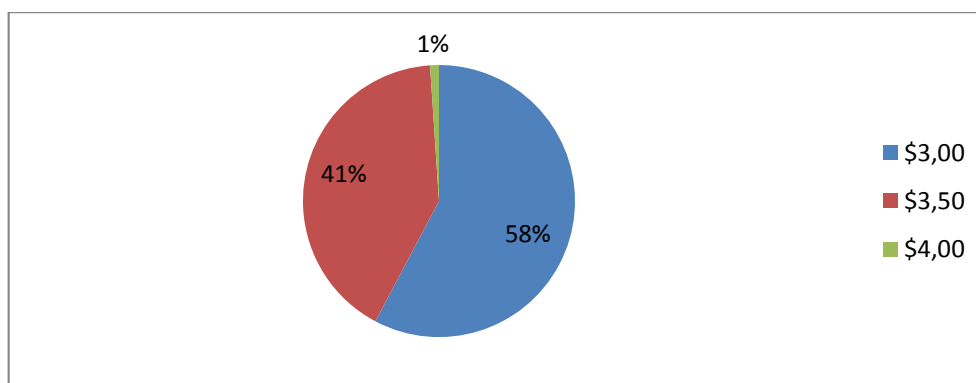
Cuadro No. 32.
Precio de la Fritada

Precio	f	%
\$3,00	220	58
\$3,50	157	41
\$4,00	4	1
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 24.
Precio de la Fritada



Fuente: Cuadro No. 32.

Elaboración: Las autoras

Análisis

Por un plato de fritada la mayor parte de las personas encuestadas están dispuestas a pagar \$3,00, el 41% están dispuestas a pagar \$3,50 y el 1% están de acuerdo en pagar \$4,00, estos precios los han considerado de acuerdo a su capacidad económica y también de acuerdo a los precios que han venido pagando en los diferentes locales de comida típica.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de cuy frito?

Cuadro No. 33.

Precio del Cuy Frito

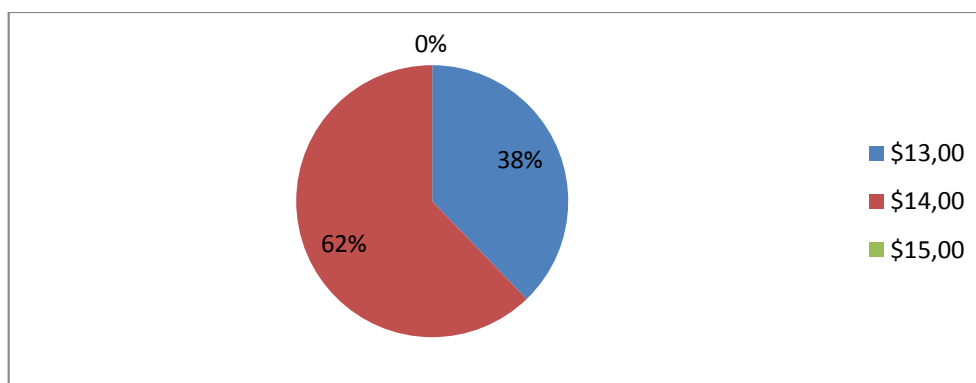
Precio	f	%
\$13,00	144	38
\$14,00	237	62
\$15,00	0	0
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 25.

Precio del Cuy Frito



Fuente: Cuadro No. 33.

Elaboración: Las autoras

Análisis

Por un plato de cuy frito el 62% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar \$14,00, el 38% están dispuestas a pagar \$13,00, estos precios los han considerado de acuerdo a su capacidad económica y también de acuerdo a los precios que han venido pagando en los diferentes locales de comida típica.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un caldo de Gallina de Campo?

Cuadro No. 34.

Precio del Caldo de Gallina de Campo

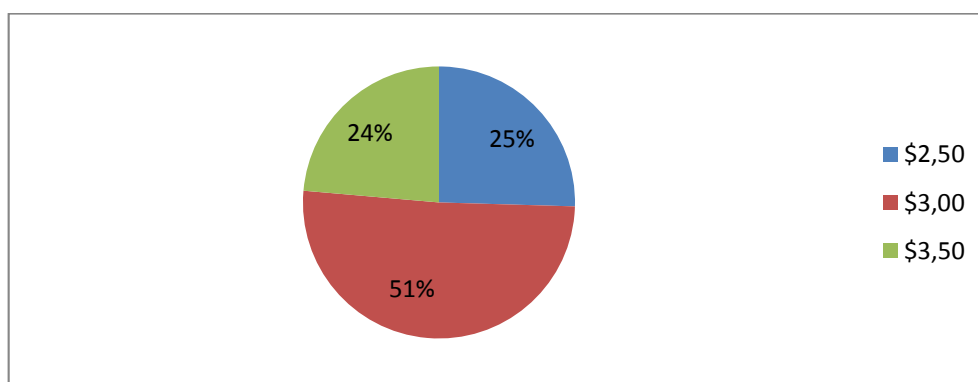
Precio	f	%
\$2,50	97	25
\$3,00	194	51
\$3,50	90	24
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 26.

Precio del Caldo de Gallina de Campo



Fuente: Cuadro No. 34.

Elaboración: Las autoras

Análisis

Por un caldo de gallina de campo la mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a pagar \$3,00, el 25% están dispuestas a pagar \$2,50 y el 24% están de acuerdo en pagar \$3,50 estos precios los han considerado de acuerdo a su capacidad económica y también de acuerdo a los precios que han venido pagando en los diferentes locales de comida típica.

10. ¿Cuál es su plato típico de preferencia?

Cuadro No. 35.

Plato Típico Preferido

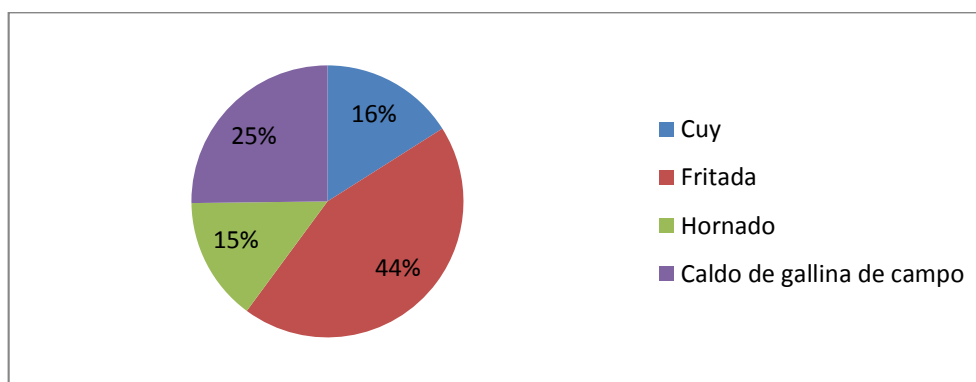
Plato Típico Preferido por los Clientes	f	%
Cuy Frito	61	16
Fritada	168	44
Hornado	56	15
Caldo de gallina de campo	96	25
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Las autoras

Gráfico No. 27.

Plato Típico Preferido



Fuente: Cuadro No. 35.

Elaboración: Las autoras

Análisis

El plato típico preferido por los visitantes es la fritada, por su sabor exquisito siendo este el porcentaje más considerable, existe tendencia por adquirir caldo de gallina de campo, ya que posee un alto nivel nutritivo, otras personas en porcentaje parecidos les gusta consumir el cuy frito, el hornado; prevaleciendo siempre al momento de elegir los platos típicos los gustos y hábitos de los consumidores.

3.7. Análisis de la Demanda

Una vez realizado el estudio de mercado se puede apreciar la aceptación de los platos típicos que se va a ofrecer en el centro gastronómico por parte de los consumidores.

3.7.1. Comportamiento histórico

La evolución histórica de la demanda se puede analizar a partir de datos estadísticos de los bienes y servicios que se han puesto a disposición de la comunidad. El objetivo del análisis histórico de la demanda es tener una idea aproximada de su evaluación, con el fin de tener algún elemento de juicio serio para pronosticar su comportamiento futuro con algún grado de certidumbre.

3.7.2. Demanda actual

La determinación de la demanda actual se realizó en base a la información estadística obtenida, a través de las encuestas aplicadas a los consumidores, la cual indica que existe una demanda de platos típicos al año tal como lo indica en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 36.

Demanda Actual

Visitantes	% Aceptación	Población dispuesta a consumir en el Centro Gastronómico	% de Adquisición	Población a Demandar	Promedio Nº unidades	Unidades Demandadas
42.380	65%	27.547	54%	14.876	1 a 3	29.752
			44%	12.121	4 a 6	60.603
			2%	551	7 o más	3.857
			100%	27.548		94.212

Fuente: Encuesta a Consumidores y Cuadro No. 8.

Elaboración: Las autoras

Para estimar de manera más objetiva la demanda, se multiplicó el número de visitantes por el porcentaje de aceptación según la pregunta No. 5 de la

encuesta. Luego, este dato le multiplicamos por el porcentaje de adquisición de cada plato de acuerdo a la pregunta No. 2 de la encuesta y nos dió como resultado la población que estaría en disposición de consumir en el centro gastronómico, posteriormente este resultado le multiplicamos por el promedio de unidades demandadas según los datos obtenidos en la pregunta No. 2 de la encuesta, y obtenemos el total de unidades demandadas al año.

Preferencia de los Platos Típicos

El porcentaje de preferencia de los diferentes platos típicos se indica en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 37.

Demanda Actual de cada Plato Típico

Platos Típicos	% de Preferencia	Cantidad Demandada
Cuy Frito	16%	15.074
Fritada	44%	41.453
Hornado	15%	14.132
Caldo de gallina de campo	25%	23.553
TOTAL	100%	94.212

Fuente: Encuesta a Consumidores Pregunta No. 10.

Elaboración: Las autoras

3.7.3. Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda se tomó en cuenta el número de visitantes al Cantón Antonio Ante que en el año 2013 fue de aproximadamente 200.000 personas, y este dato se le relacionó con el número de visitantes a los locales de comida típica, dando como resultado el porcentaje perteneciente de los demandantes. La proyección se obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

Pp= Población Proporcional

Pb= Población Básica

i= Tasa de Crecimiento de los visitantes 21,19%

n= Número de años

Cálculos:

Año 1

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

$$Pp = 94.212 (1 + 21,19\%)^1$$

$$Pp = \mathbf{114.175}$$

Año 2

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

$$Pp = 94.212 (1 + 21,19\%)^2$$

$$Pp = \mathbf{138.369}$$

Año 3

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

$$Pp = 94.212 (1 + 21,19\%)^3$$

$$Pp = \mathbf{167.690}$$

Año 4

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

$$Pp = 94.212 (1 + 21,19\%)^4$$

$$Pp = \mathbf{203.223}$$

Año 5

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

$$Pp = 94.212 (1 + 21,19\%)^5$$

$$Pp = \mathbf{246.286}$$

Después de haber realizado los respectivos cálculos se pudo obtener la siguiente tabla de proyección de la demanda:

Cuadro No. 38.
Proyección de la Demanda

Años	Demanda Proyectada
1	114.175
2	138.369
3	167.690
4	203.223
5	246.286

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las autoras

Proyección demanda de cuy frito

Se consideró la cantidad total demandada en cada año y se multiplicó por el porcentaje de preferencia del plato de cuy el cual es de 16%.

Cuadro No. 39.
Proyección de la Demanda del Cuy Frito

Años	Demanda proyectada
1	18.268
2	22.139
3	26.830
4	32.516
5	39.406

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las autoras

Proyección demanda de fritada

Se consideró la cantidad total demandada en cada año y se multiplicó por el porcentaje de preferencia del plato de fritada el cual es de 44%.

Cuadro No. 40.

Proyección de la Demanda de la Fritada

Años	Demanda proyectada
1	50.237
2	60.882
3	73.783
4	89.418
5	108.366

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Proyección demanda de hornado

Se consideró la cantidad total demandada en cada año y se multiplicó por el porcentaje de preferencia del plato de hornado el cual es de 15%.

Cuadro No. 41.

Proyección de la Demanda del Hornado

Años	Demanda proyectada
1	17.126
2	20.755
3	25.153
4	30.483
5	36.943

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Proyección demanda del caldo de gallina de campo

Se consideró la cantidad total demandada en cada año y se multiplicó por el porcentaje de preferencia del plato de caldo de gallina de campo el cual es de 25%.

Cuadro No. 42.
Proyección de la Demanda del Caldo de Gallina de Campo

Años	Demanda proyectada
1	28.544
2	34.592
3	41.922
4	50.806
5	61.572

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

3.8. Análisis de la Oferta

Para proceder al análisis de oferta, se realizó un previo Estudio de Mercado mediante la aplicación de entrevistas a los propietarios de los locales de comida típica, esto nos permitió determinar la oferta actual y futura, así como también determinar con exactitud el posible mercado potencial y conocer el precio de comercialización de los platos típicos en el mercado.

3.8.1. Comportamiento Histórico

El análisis del comportamiento histórico de la oferta del producto, se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto.

3.8.2. Oferta actual

La oferta actual es la población identificada como clientes estimados de los oferentes del servicio. En Natabuela, existe siete restaurantes de comida típica que según las entrevistas obtuvimos un total de 42.380 clientes tal como lo demuestra el siguiente cuadro:

Cuadro No. 43.
Oferta Histórica en los Actuales Paraderos por Año

Platos Típicos	Cantidad Ofertada a la Semana	Cantidad Ofertada al Año	Porcentaje Equivalente
Cuy Frito	200	10.400	25%
Fritada	330	17.160	40%
Caldo de gallina de campo	285	14.820	35%
TOTAL	815	42.380	100%

Fuente: Entrevista a Propietarios

Elaboración: Las autoras

3.8.3. Proyección de la Oferta

Para proyectar la oferta se tomó en cuenta la oferta actual anual y la tasa de crecimiento de los locales de comida típica en Natabuela que es de 14,29%, tomando como referencia el incrementado de un nuevo restaurante frente a los que ya existían. Y se obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

Pp= Población Proporcional

Pb= Población Básica

i= Tasa de crecimiento de locales de comida típica en Natabuela que es del 14,29%.

n= Número de años

Cálculos:

Año 1

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

$$Pp = 42.380(1 + 14,29\%)^1$$

$$Pp = \mathbf{48.436}$$

Año 2

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

$$Pp = 42.380(1 + 14,29\%)^2$$

$$Pp = \mathbf{55.358}$$

Año 3

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

$$Pp = 42.380(1 + 14,29\%)^3$$

$$Pp = \mathbf{63.268}$$

Año 4

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

$$Pp = 42.380(1 + 14,29\%)^4$$

$$Pp = \mathbf{72.309}$$

Año 5

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

$$Pp = 42.380(1 + 14,29\%)^5$$

$$Pp = \mathbf{82.642}$$

Después de haber realizado los respectivos cálculos se pudo obtener la siguiente tabla de proyección de la oferta:

Cuadro No. 44.

Proyección de la Oferta

Años	Oferta proyectada
1	48.436
2	55.358
3	63.268
4	72.309
5	82.642

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Proyección oferta de cuy frito

Se consideró la cantidad total ofertada en cada año y se multiplicó por el porcentaje equivalente a la oferta de platos de cuy el cual es de 25%.

Cuadro No. 45.

Proyección de la Oferta del Cuy Frito

Años	Oferta proyectada
1	11.886
2	13.585
3	15.526
4	17.745
5	20.280

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Proyección oferta de fritada

Se consideró la cantidad total ofertada en cada año y se multiplicó por el porcentaje equivalente a la oferta de platos de fritada el cual es de 40%.

Cuadro No. 46.

Proyección de la Oferta de la Fritada

Años	Oferta proyectada
1	19.612
2	22.415
3	25.618
4	29.279
5	33.463

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Proyección oferta del caldo de gallina de campo

Se consideró la cantidad total ofertada en cada año y se multiplicó por el porcentaje equivalente a la oferta de platos de caldo de gallina de campo el cual es de 35%.

Cuadro No. 47.

Proyección de la Oferta del Caldo de Gallina de Campo

Años	Oferta proyectada
1	16.938
2	19.358
3	22.124
4	25.286
5	28.899

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las autoras

3.9. Proyección de la Demanda Potencial a Satisfacer

La estimación de la demanda potencial a satisfacer es importante ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho con el servicio o producto que se entregó, y se lo calcula con la siguiente formula:

$$D.I. = D - O$$

$$\text{DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER} = \text{DEMANDA} - \text{OFERTA}$$

Cuadro No. 48.

Determinación de la Demanda Potencial a Satisfacer

DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER			
AÑOS	DEMANDA	OFERTA	D.I.
1	114.175	48.436	65.739
2	138.369	55.358	83.012
3	167.690	63.268	104.422
4	203.223	72.309	130.914
5	246.286	82.642	163.644

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las autoras

En el análisis de la oferta y demanda se han determinado datos, los cuales nos ayudan a identificar que existe una demanda potencial a satisfacer para los cinco períodos, razón por la cual en el proyecto se va a realizar una evaluación para tratar de satisfacer las necesidades de los clientes, y así garantizar la introducción de la microempresa en el mercado.

Demanda Potencial a Satisfacer del Cuy Frito

Cuadro No. 49.

Determinación de la Demanda Potencial a Satisfacer del Cuy Frito

DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER			
AÑOS	DEMANDA	OFERTA	D.I.
1	18.268	11.886	6.382
2	22.139	13.585	8.554
3	26.830	15.526	11.304
4	32.516	17.745	14.771
5	39.406	20.280	19.125

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Demanda Potencial a Satisfacer de la Fritada

Cuadro No. 50.

Determinación de la Demanda Potencial a Satisfacer de la Fritada

DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER			
AÑOS	DEMANDA	OFERTA	D.I.
1	50.237	19.612	30.625
2	60.882	22.415	38.468
3	73.783	25.618	48.166
4	89.418	29.279	60.140
5	108.366	33.463	74.903

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Demanda Potencial a Satisfacer del Hornado

En vista de que en Natabuela no existe un local en el que se venda hornado ya que este producto es llevado a ser vendido en otros sitios, la oferta de este producto es cero, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 51.

Determinación de la Demanda Potencial a Satisfacer del Hornado

DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER			
AÑOS	DEMANDA	OFERTA	D.I.
1	17.126	0	17.126
2	20.755	0	20.755
3	25.153	0	25.153
4	30.483	0	30.483
5	36.943	0	36.943

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Demanda Potencial a Satisfacer del Caldo de Gallina de Campo

Cuadro No. 52.

Determinación de la Demanda Potencial a Satisfacer del Caldo de Gallina de Campo

DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER			
AÑOS	DEMANDA	OFERTA	D.I.
1	28.544	16.938	11.606
2	34.592	19.358	15.234
3	41.922	22.124	19.798
4	50.806	25.286	25.520
5	61.572	28.899	32.672

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

3.10. Fijación de la Demanda Potencial

Una vez establecida la demanda potencial a satisfacer de los productos, se determina que la microempresa estará en la capacidad de producir y cubrir aproximadamente un 20% de la producción en el primer año y para los siguientes años se hace un incremento del 5%, tal como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No.53.

Demanda a Cubrir

Años	Cuy Frito		Fritada		Hornado		Caldo de Gallina de Campo	
	D.I.	D. Cubrir	D.I.	D. Cubrir	D.I.	D. Cubrir	D.I.	D. Cubrir
1	6.382	1.276	30.625	6.125	17.126	3.425	11.606	2.321
2	8.554	2.139	38.468	9.617	20.755	5.189	15.234	3.809
3	11.304	3.391	48.166	14.450	25.153	7.546	19.798	5.939
4	14.771	5.170	60.140	21.049	30.483	10.669	25.520	8.932
5	19.125	7.650	74.903	29.961	36.943	14.777	32.672	13.069

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

3.11. Determinación del Precio de los Productos

Cuadro No.54.

Precios de la Competencia

Descripción		Productos	Precios de la Competencia
1	El Serranito	Cuy Frito	14,00
2	La Tulpa	Fritada	3,50
		Caldo de Gallina de Campo	3,50
3	Fritada al Paso	Fritada	3,50
		Caldo de Gallina de Campo	2,00
4	Paradero Mama Miche	Fritada	4,00
		Caldo de Gallina de Campo	3,50
5	Los Tres Guabos	Fritada	3,50
		Caldo de Gallina de Campo	2,50
6	La Casera	Fritada	3,00
		Caldo de Gallina de Campo	3,00
7	La Parrilla del Che	Cuy Frito	14,00
		Caldo de Gallina de Campo	3,00

Fuente: Entrevista aplicada a los propietario de los locales

Elaboración: Las autoras

Una vez realizado el estudio respectivo para determinar el precio del cuy frito, fritada, caldo de gallina de campo se tomó en cuenta el precio de la competencia, información obtenida a través de las entrevistas aplicadas a los propietarios de los locales y para determinar el precio del hornado se consideró el precio más aceptado por las personas que fueron encuestadas ya que no existe un local en el que se venda hornado.

3.12. Precio

Para la proyección de los precios en los próximos años se hará un incremento de acuerdo a la tasa de inflación del año 2013 que es del 2.70%.

Cuadro No. 55.

Proyección del Precio Promedio

Descripción		Precio Promedio al Año				
		1	2	3	4	5
Productos	Cuy Frito	14	14,38	14,77	15,16	15,57
	Fritada	3,50	3,59	3,69	3,79	3,89
	Hornado	1,5	1,54	1,58	1,62	1,67
	Caldo de Gallina de Campo	3,00	3,08	3,16	3,25	3,34

Fuente: Cuadro No. 54.

Elaboración: Las autoras

3.13. Descripción de la Comercialización de los Productos

Este estudio plantea los procesos de comercialización que se va a utilizar desde el productor a los consumidores que se encuentran en el mercado, para dar a conocer los platos típicos que ofrecerá el centro gastronómico.

Gráfico No. 28.
Cadena Productiva



Elaboración: Las autoras

3.14. Promoción y Publicidad

Para promocionar los productos y servicios que ofrece el centro gastronómico a los clientes se empleará las siguientes estrategias.

- a)** Realizar una campaña al alcance nacional en medios gráficos, televisivos y radiales.
- b)** Elaborar trípticos dando a conocer los productos y servicios que ofrece el centro gastronómico.
- c)** Diseñar una página WEB para el centro gastronómico.
- d)** Participación en los festivales de comidas típicas que se realicen en el Cantón con el fin de dar a conocer los platos típicos que se ofrece.

3.15. Conclusiones

3.15.1. Atuntaqui, tiene una gran afluencia de visitantes por el atractivo textil, razón por la cual se va a aprovechar esta situación para atraer más visitantes que quieran degustar los platos típicos que se ofrece en la parroquia de San Francisco de Natabuela.

3.15.2. En Natabuela existen algunos restaurantes de comida típica, pero que sólo ofrecen uno o dos platos típicos, motivo por el cual existe una demanda insatisfecha que se pretende cubrir con la implementación del centro gastronómico en el que se ofrezcan una gran variedad de platos típicos.

3.15.3. El precio de los platos típicos, estarán dados de acuerdo al costo total de producción añadiendo un porcentaje de utilidad, así como también tomaremos en cuenta los precios que han sido fijados por la competencia.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Localización del Proyecto

4.1.1. Macrolocalización

Para la macrolocalización se tomó en cuenta las siguientes determinaciones:

- a) **País:** Ecuador
- b) **Provincia:** Imbabura
- c) **Cantón:** Antonio Ante

Mapa No. 1.
Ubicación y Superficie de Antonio Ante



Fuente: Plan Estratégico del I.M. De Antonio Ante

El centro gastronómico estará localizado en Ecuador, en la provincia de Imbabura dentro del cantón Antonio Ante, en la parroquia de Natabuela.

El cantón Antonio Ante esta localizado en el centro de la provincia de Imbabura. El Cantón es el de menor extensión territorial con 79km², que significa el 1.8% de la provincia, pero su población representa el 10,5% de Imbabura, con una densidad que es 6 veces la de la provincia.

La población crece (según datos de la Agenda 21) a una tasa del 2,5%, superior a la nacional.

La cabecera cantonal es Atuntaqui, la cual se encuentra junto a la parroquia urbana de Andrade Marín. Las parroquias rurales son: San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya.

4.1.2. Microlocalización

El terreno donde se ubicará el centro gastronómico es en la panamericana norte, en la parroquia de Natabuela, se ha seleccionado este lugar puesto que tiene mayor facilidad de acceso ya que cuenta con vías de primer orden y es totalmente visible para todos, además cuenta con infraestructura básica como agua, alcantarillado, energía eléctrica, teléfono, cumple con todos los aspectos legales y permisos para instalar la planta, tiene mayor facilidad de transporte de materiales, insumos y materias primas por estar ubicado en una mejor vía, así también facilitará la distribución del producto terminado.

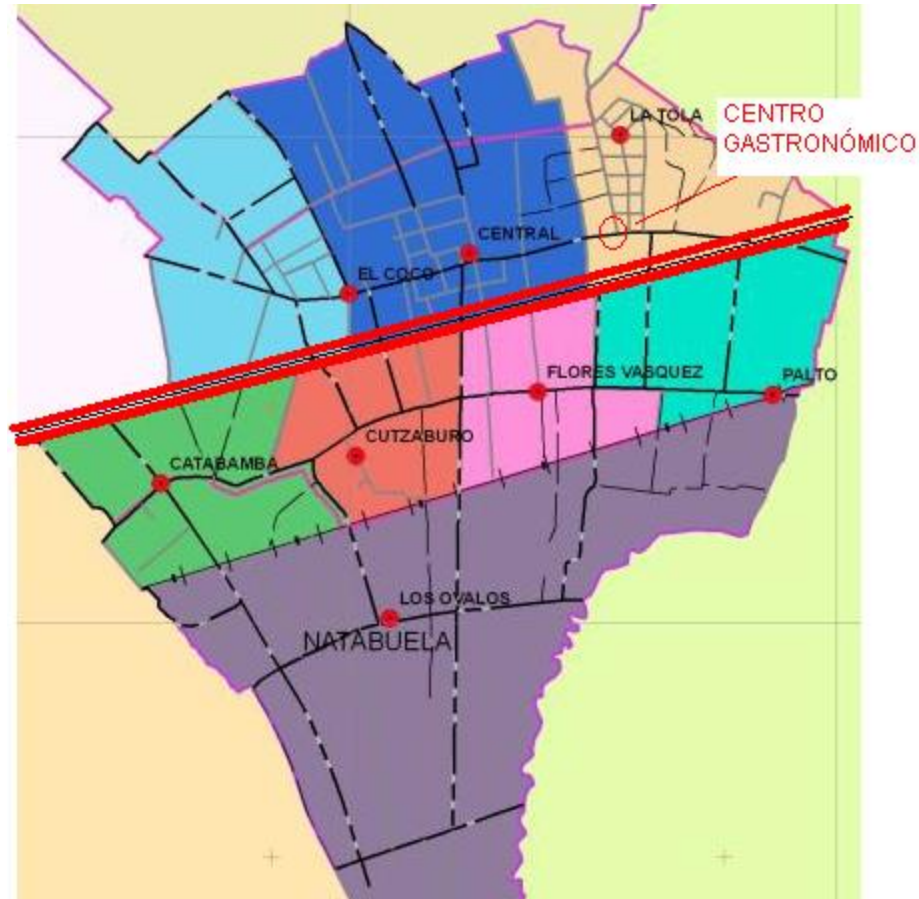
Dirección

La microempresa estará localizada en la panamericana norte en la calle Cevallos Cazar junto a Artecua.

Croquis

Mapa No. 2.

Croquis de la Ubicación del Centro Gastronómico



Fuente: Plan Estratégico del I.M. De Antonio Ante

4.1.3. Matriz Localización

Para la ubicación de la planta se tomó como referencia dos posibles lugares de la parroquia de Natabuela:

- **LUGAR A:** Panamericana Norte calle Cevallos Cazar.
- **LUGAR B:** Panamericana Norte calle Fausto Castro.

Selección de la Alternativa Óptima

Metodología para la Ubicación de la Planta

Identificación de los Posibles Lugares

- Panamericana Norte calle Cevallos Cazar
- Panamericana Norte calle Fausto Castro

Factores Coadyuvantes o Relacionados

Geográficos

- Topografía del suelo
- Riesgos potenciales
- Disponibilidad de agua
- Disponibilidad de terrenos
- Espacio físico

Comunitarios

- Infraestructura básica
- Costo de los terrenos

Comerciales

- Posición estratégica
- Flujo de personas
- Competencia
- Proveedores
- Seguridad

Producción

- Mano de obra calificada
- Disponibilidad de la materia prima e insumos
- Disponibilidad de energía
- Vías de acceso
- Servicios básicos

Legales

- Ordenanzas municipales
- Permiso sanitario
- Permiso bomberos
- Permiso de construcción del municipio

Ambientales

- Manejo de desechos
- Contaminación ambiental

Matriz de Factores

Escala de Evaluación

Cuadro No. 56.

Escala de Evaluación

ESCALA CUALITATIVA	ESCALA CUANTITATIVA
Óptima	5
Muy buena	4
Buena	3
Regular	2
Pésima	1
Indiferente	0

Elaboración: Las autoras

Diseño de la Matriz de Evaluación Inicial

Cuadro No. 57.
Matriz de Evaluación Inicial

FACTORES	LUGAR	
	A	B
a) Factores Geográficos		
➤ Topografía del suelo	4	4
➤ Riesgos potenciales	4	3
➤ Disponibilidad de agua	4	4
➤ Disponibilidad de terrenos	4	3
➤ Espacio físico	4	3
TOTAL	20	17
b) Factores Comunitarios		
➤ Infraestructura básica	4	3
➤ Costo de los terrenos	3	2
TOTAL	7	5
c) Factores Comerciales		
➤ Posición estratégica	5	3
➤ Flujo de personas	4	3
➤ Competencia	2	2
➤ Proveedores	4	3
➤ Seguridad	4	3
TOTAL	19	14
d) Factores Producción		
➤ Mano de obra calificada	3	3
➤ Disponibilidad de la materia prima e insumos	4	3
➤ Disponibilidad de energía	4	4
➤ Vías de acceso	3	3
➤ Servicios básicos	4	4
TOTAL	18	17
e) Factores Legales		
➤ Ordenanzas municipales	4	3
➤ Permiso sanitario	4	4
➤ Permiso bomberos	4	4
➤ Permiso de construcción del municipio	4	4
TOTAL	16	15
f) Factores Ambientales		
➤ Manejo de desechos	4	3
➤ Contaminación ambiental	4	4
TOTAL	8	7
TOTAL FINAL	88	75

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

a) Interpretación

El lugar más idóneo o elegible para instalar el centro gastronómico de comida típica es la opción A puesto que tiene el mayor puntaje asignado, y que corresponde al lugar ubicado entre la Panamericana Norte y la calle Cevallos Cazar.

b) Regla de Decisión

El factor más significativo del proyecto se considera que es el comercial al cual se le asigna el 23%.

Los otros cinco factores en conflicto son geográfico, comunitario, producción, legal y ambiental; al cual se le asigna al factor geográfico 22%, al comunitario el 8%, al factor producción el 20%, al legal 18% y finalmente al ambiental 9%.

Matriz de Ponderación de Factores

Cuadro No. 58.

Matriz de Ponderación de Factores

FACTORES	% de Ponderación	LUGAR	
		A	B
a) Factores Geográficos			
Topografía del suelo	4%	0,16	0,16
Riesgos potenciales	3%	0,12	0,09
Disponibilidad de agua	5%	0,20	0,20
Disponibilidad de terrenos	4%	0,16	0,12
Espacio físico	6%	0,24	0,18
TOTAL	22%	0,88	0,75
b) Factores Comunitarios			
Infraestructura básica	3%	0,12	0,09
Costo de los terrenos	5%	0,15	0,1
TOTAL	8%	0,27	0,19
c) Factores Comerciales			
Posición estratégica	6%	0,30	0,18
Flujo de personas	5%	0,20	0,15

FACTORES	% de Ponderación	LUGAR	
		A	B
Competencia	4%	0,08	0,08
Proveedores	5%	0,20	0,15
Seguridad	4%	0,16	0,12
TOTAL	23%	0,94	0,68
d) Factores Producción			
Mano de obra calificada	3%	0,09	0,09
Disponibilidad de la materia prima e insumos	5%	0,20	0,15
Disponibilidad de energía	4%	0,16	0,16
Vías de acceso	4%	0,12	0,12
Servicios básicos	4%	0,16	0,16
TOTAL	20%	0,73	0,68
e) Factores Legales			
Ordenanzas municipales	5%	0,2	0,15
Permiso sanitario	4%	0,16	0,16
Permiso bomberos	4%	0,16	0,16
Permiso de construcción del municipio	5%	0,2	0,20
TOTAL	18%	0,72	0,67
f) Factores Ambientales			
Manejo de desechos	5%	0,20	0,15
Contaminación ambiental	4%	0,16	0,16
TOTAL	9%	0,36	0,31
TOTAL FINAL	100%	3,90%	3,28%

Elaboración: Las autoras

4.2. Plano de Microlocalización

Superficie Total

La Superficie Total del Centro Gastronómico es de 1.494m².

Ambientes

El Centro Gastronómico dispone de los siguientes ambientes:

- Gerencia
- Contabilidad
- Cocina

- Restaurante y Bar
- Escenario
- Cabina de sonido
- Pista de Baile
- Bodega
- Baños
- Canchas Deportivas
- Parqueadero

4.2.1. Diseño de Instalaciones

Área Administrativa

Esta área consta de los ambientes de gerencia, contabilidad.

Área de Producción

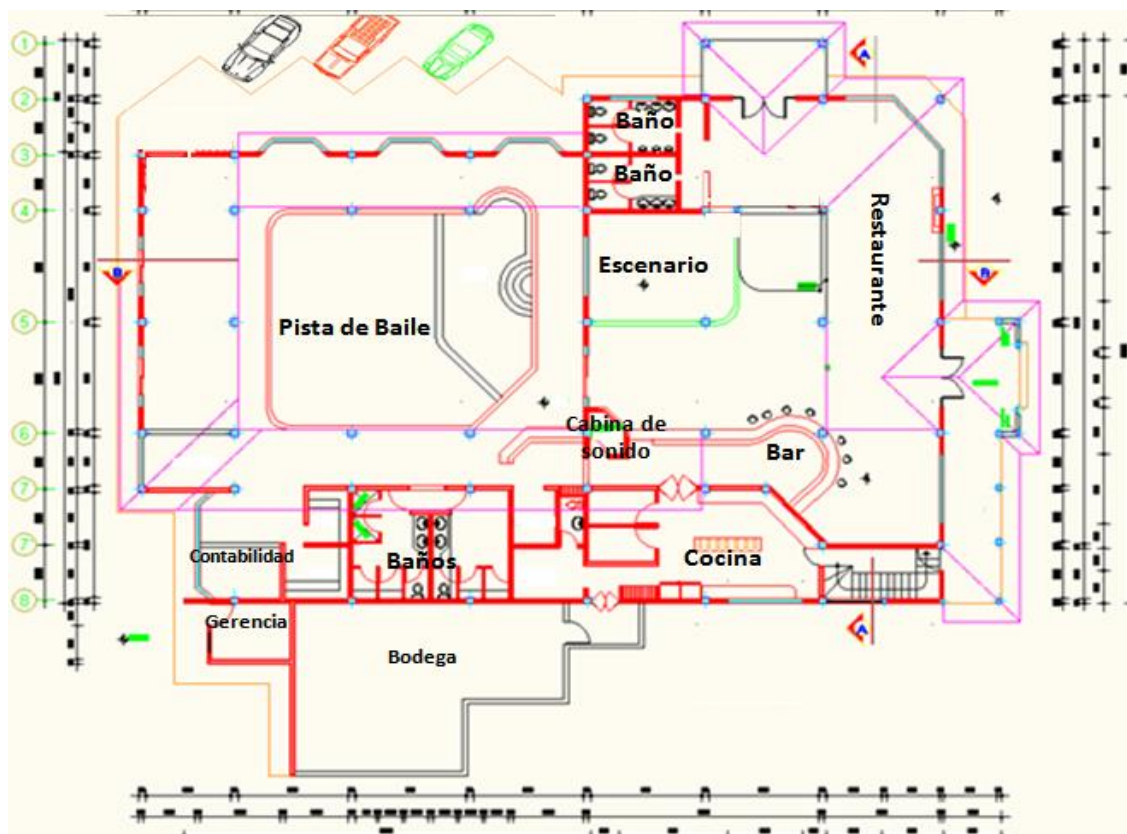
Esta área consta de la cocina en la que se encuentra el jefe de cocina y los ayudantes que se dedican a la producción de los platos típicos.

Área de Recepción

Esta área está conformada por el restaurante, escenario y el bar.

Figura No. 1.

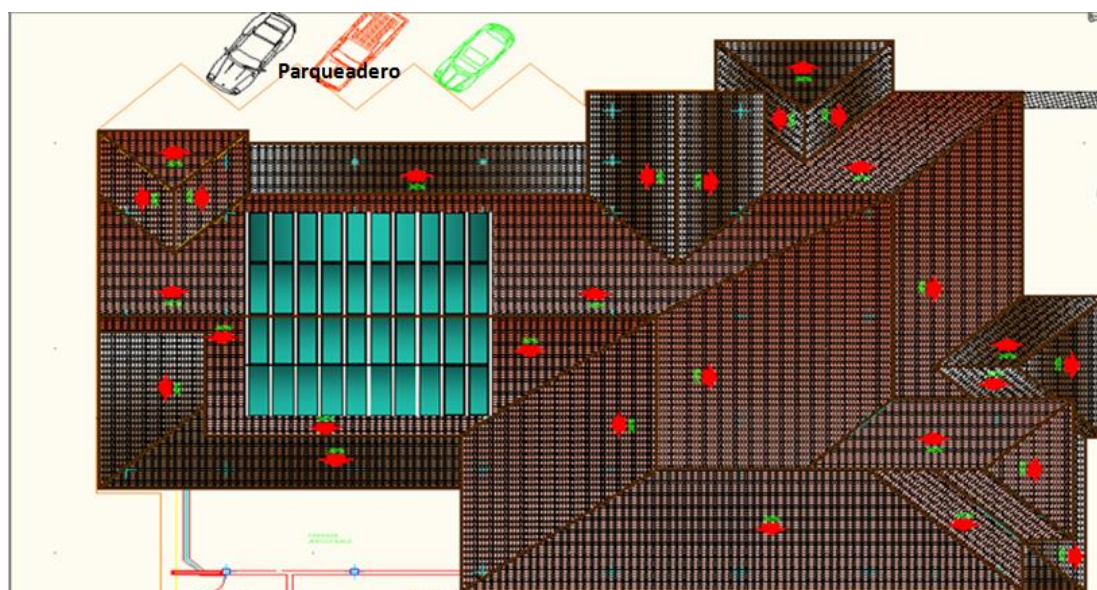
Plano



Elaboración: Arq. Paco Cervantes

Figura No. 2.

Planos de la Cubierta



Elaboración: Arq. Paco Cervantes

El Centro Gastronómico se creará en un área total de 1.494m² los mismos que se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro No. 59.

Distribución del Centro Gastronómico

Distribución	Área m²
Gerencia	32,00
Contabilidad	30,00
Cocina	74,85
Restaurante y Bar	207,15
Escenario	32,00
Cabina de Sonido	3,87
Bodega	11,52
Pista de Baile	245,94
Baños	62,00
Canchas Deportivas	593,43
Parqueadero	201,24
TOTAL	1.494,00m²

Fuente: Arq. Paco Cervantes
Elaboración: Las Autoras

4.3. Tamaño del Proyecto

El Centro Gastronómico tiene una capacidad para atender a unas 92 personas.

4.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del producto hace referencia a la determinación de los procesos y requerimientos para el servicio que el proyecto brindará, siendo estos la base fundamental para toda nueva unidad productiva que quiera ingresar al mercado.

4.4.1. Procesos de Producción y/o Prestación del Servicio

En esta parte del proyecto se indica de manera general el proceso de preparación que se desarrollará en el área determinada para este fin.

Proceso de Producción de la Fritada

- El cerdo será adquirido en criaderos de reconocido prestigio, para garantizar la calidad de la carne tanto en sabor como valor nutricional.

- Se comprarán semanalmente unidades según el promedio de venta, incrementando su cantidad según pedidos especiales.
- En la preparación de la fritada se debe lavar bien la carne y colocarla en una paila o perol grueso y condimente con sal, comino.
- Agregar las cebollas, los ajos y la taza de cerveza o agua. A fuego medio, cocinar los trozos de cerdo hasta que el líquido se comience a evaporar y la carne se empiece a dorar.
- Revolver constantemente hasta que quede bien doradita unos 30 mins.

Proceso de Producción del Hornado

- El cerdo será adquirido en criaderos de reconocido prestigio, para garantizar la calidad de la carne tanto en sabor como valor nutricional.
- Se comprarán semanalmente unidades según el promedio de venta, incrementando su cantidad según pedidos especiales.
- En la preparación del hornado se debe limpiar bien la pierna de chanco y ponerla en una bandeja de hornear.
- Preparar el aliño con el ajo machacado, comino molido, sal y pimienta.
- Rociar la pierna de chanco con el jugo de limón.
- Bañar la pierna de chanco con las 8 tazas de cerveza o chicha y dejar marinar por 48 horas, voltear la pierna cada 6 a 8 horas.
- Pre-calentar el horno a 350 F.
- En una olla pequeña derretir 4 oz. de mantequilla y mezcle con una cucharada de achiote, bañar la pierna de chanco con esta mezcla.
- Hornear la pierna de chanco por 3 horas, para evitar que la carne se seque y que se queme es importante bañar la pierna con los jugos cada 20-30 minutos. Cuando los jugos se empiecen a secar, derretir las restantes 8 oz. de mantequilla, mezcle con la cucharada restante de achiote y las 6 tazas de cerveza y bañe la pierna de chanco.
- Terminadas las primeras 3 horas, bajar la temperatura a 325 F. y voltear la pierna.
- El tiempo total de cocción para una pierna de chanco de 20 libras es 8 horas, la temperatura interna debe ser por lo menos 160 grados.

Proceso de Producción del Cuy Frito

- El cuy será adquirido en criaderos de reconocido prestigio, para garantizar la calidad de la carne tanto en sabor como valor nutricional.
- Se comprarán semanalmente unidades según el promedio de venta, incrementando su cantidad según pedidos especiales.
- En la preparación del cuy se pondrá a hervir agua en una olla grande para retirarle el pelaje a los cuyes, se limpiarán y se les sacará los intestinos.
- Con los aliños se hacen una pasta y se restriega los cuyes por dentro y por fuera.
- Se los deja macerando por 2 horas, pasado este tiempo se los pone a sancochar en una olla de barro con una taza de agua de 10 a 15 minutos
- Procedemos a freírlos en una paila con suficiente manteca caliente.

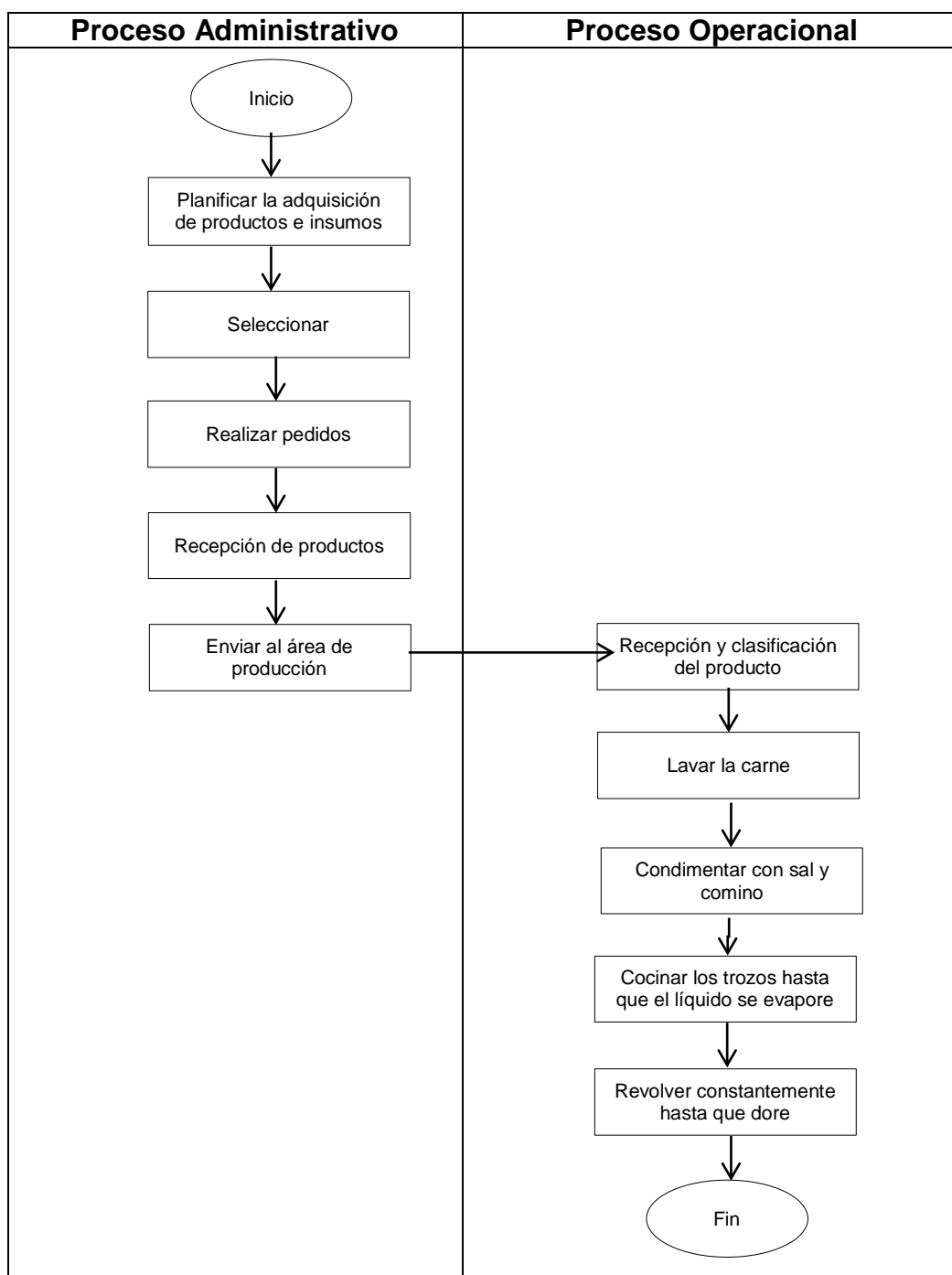
Proceso de Producción del Caldo de Gallina de Campo

- Las gallina de campo será adquirido en criaderos de reconocido prestigio, para garantizar la calidad de la carne tanto en sabor como valor nutricional.
- Se comprarán semanalmente unidades según el promedio de venta, incrementando su cantidad según pedidos especiales.
- Para la preparación del caldo de gallina de campo se debe colocar agua en una olla grande y esperar hasta que comience a hervir.
- Mientras tanto se debe limpiar muy bien la gallina cortar cabeza, y desechar uñas y restos de plumas. Lavar muy bien y colocar en la olla cuando este hirviendo el agua.
- Cocinar por un par de horas, junto con las verduras y sazonar con sal.

4.4.2. Diagrama de Flujo

Flujograma de Proceso

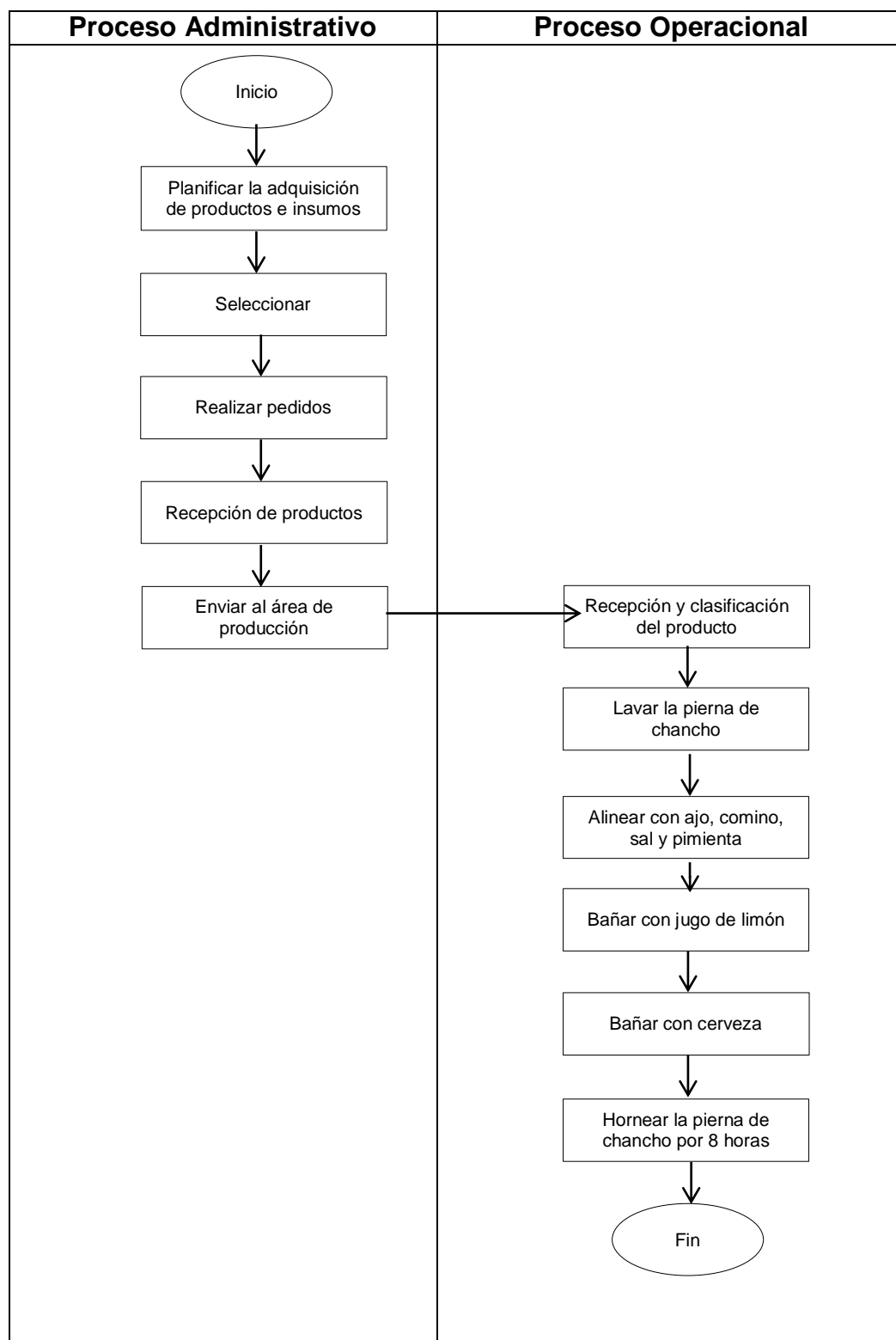
Flujograma del proceso de preparación de la fritada



Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

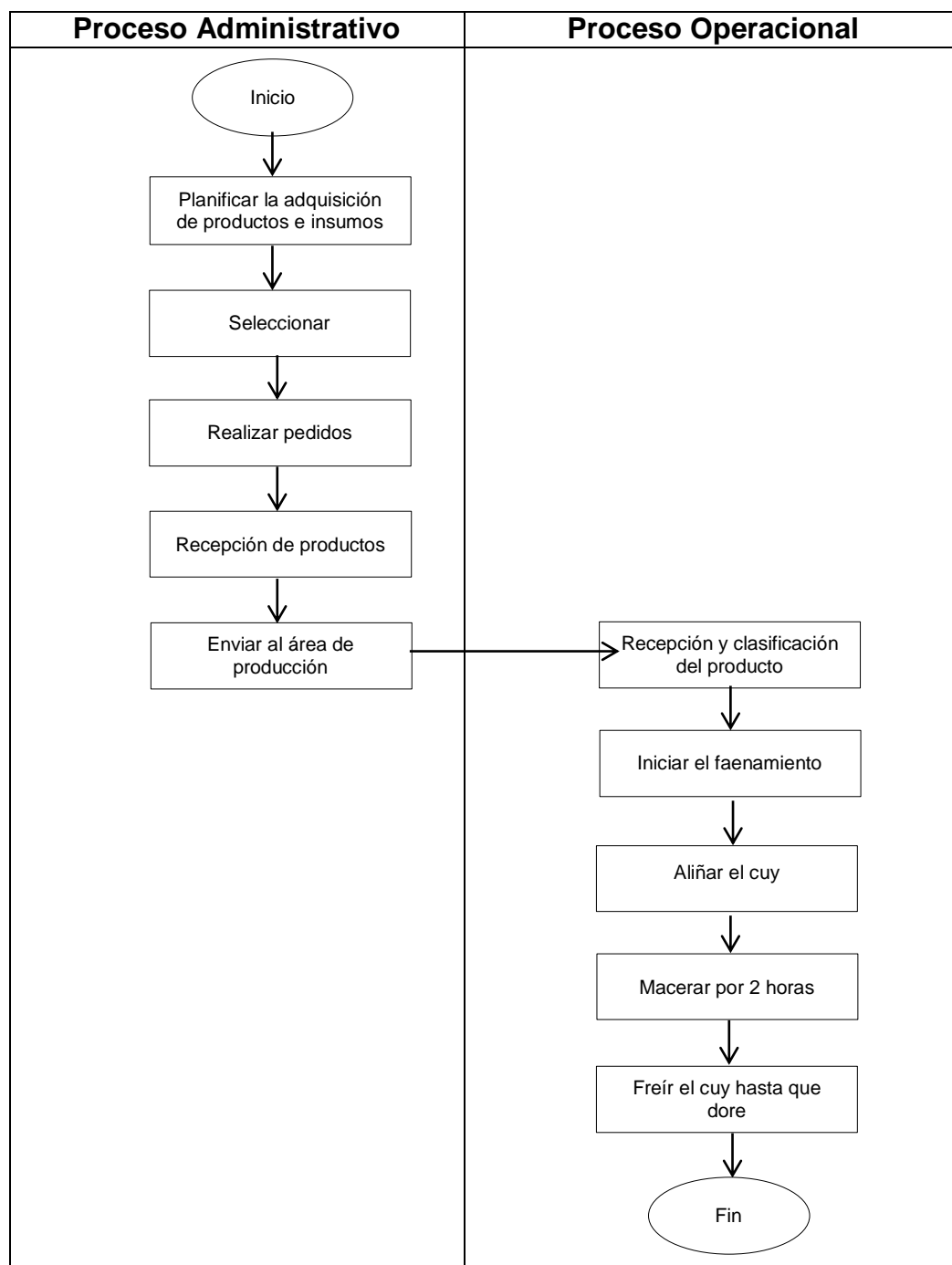
Flujograma del proceso de preparación del hornado



Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

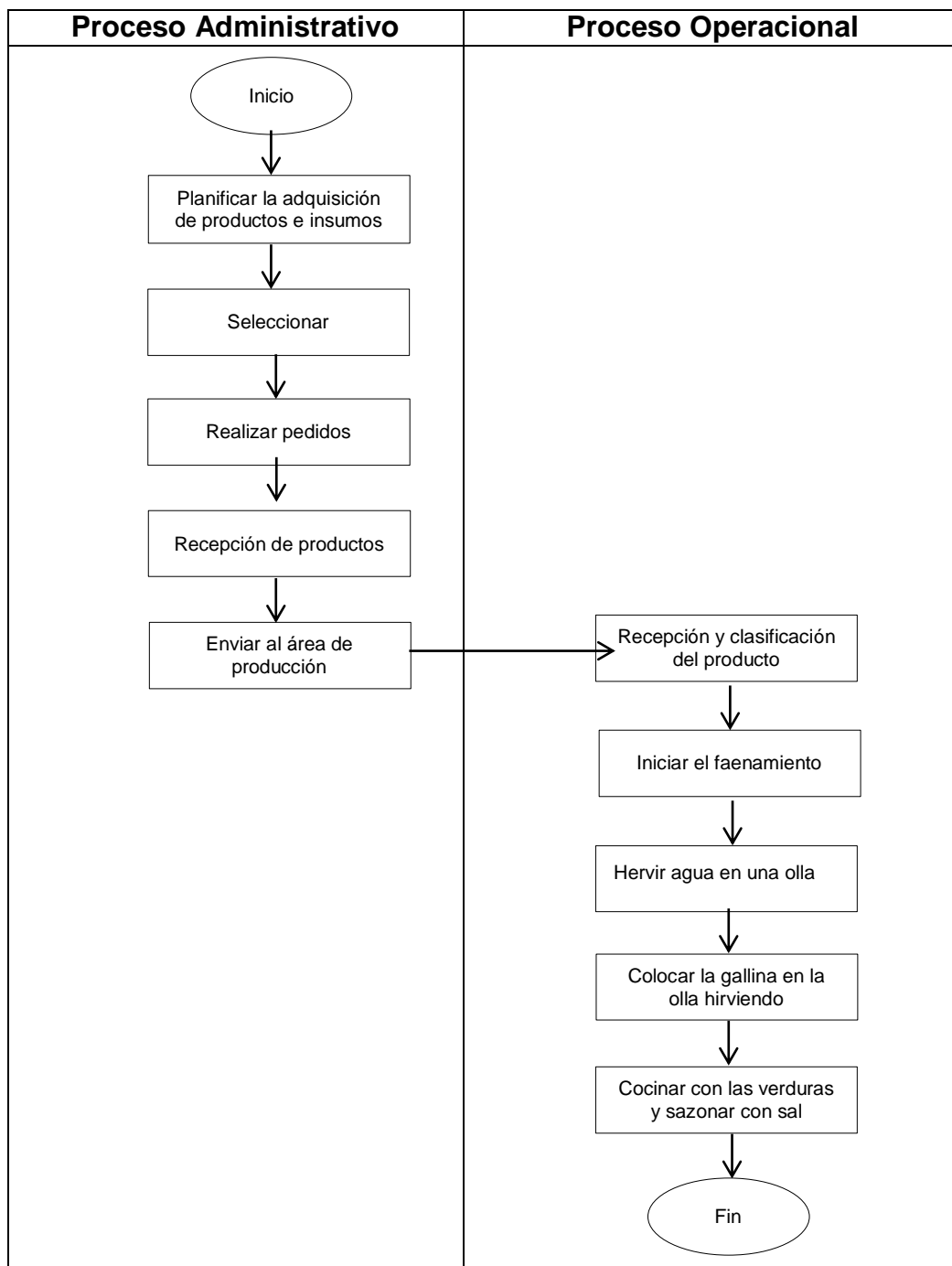
Flujograma del proceso de preparación del cuy frito



Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

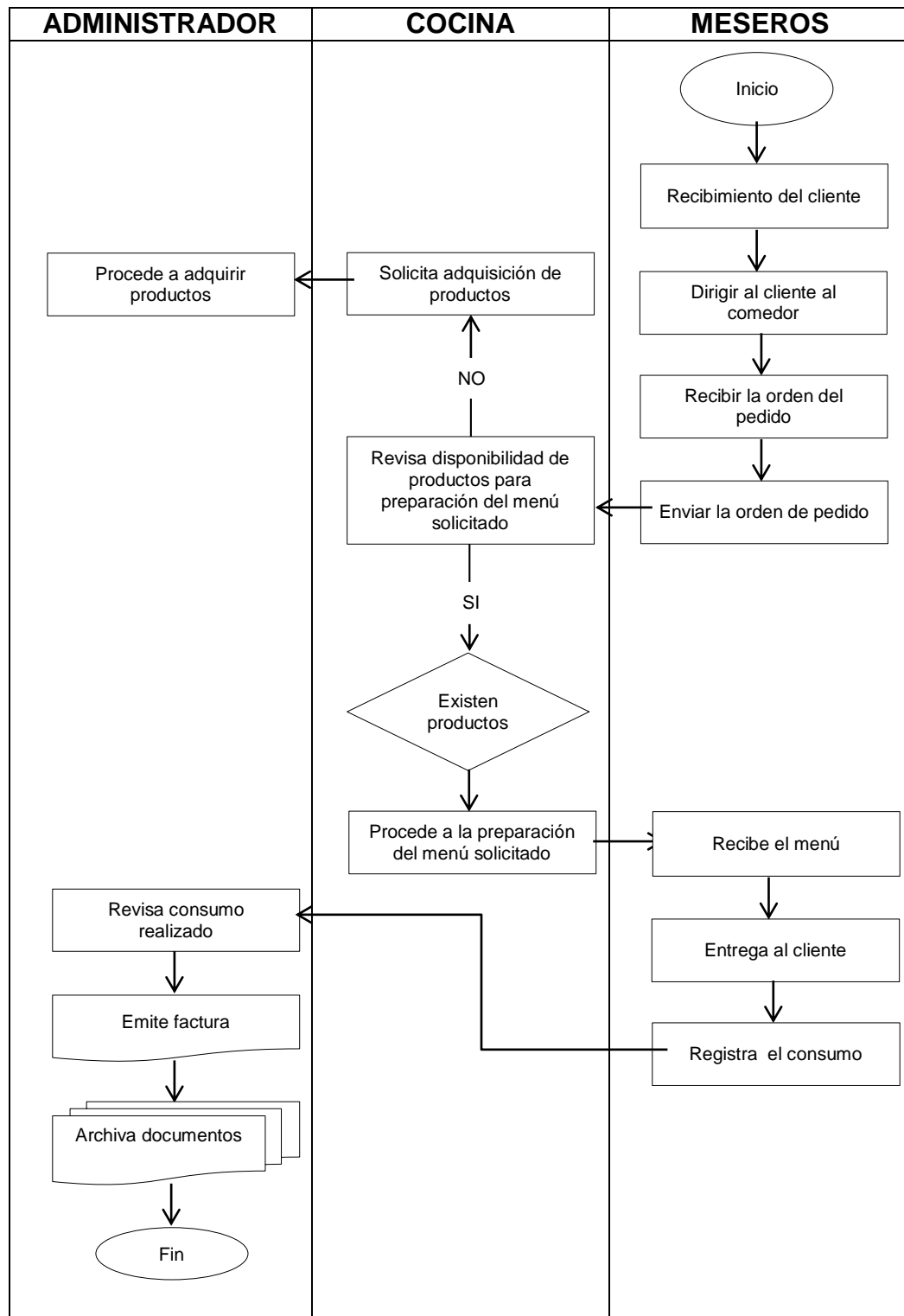
Flujograma del proceso del caldo de gallina de campo



Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Flujograma del proceso del servicio

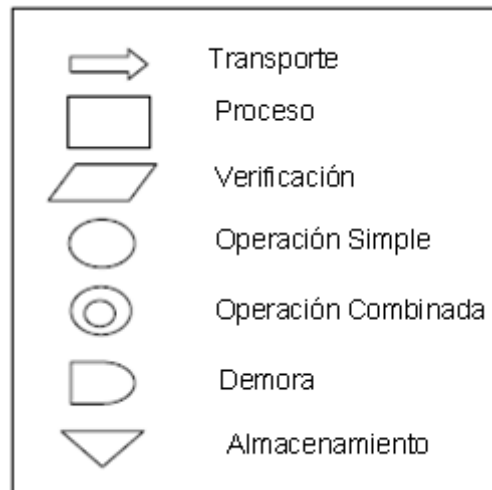


Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Diagrama de Operación

Figura No. 3.
Simbología del Diagrama



Elaboración: Las Autoras

Flujograma del Diagrama de Operación para la Preparación del Cuy Frito

La Preparación del cuy tiene las siguientes actividades programadas:

Cuadro No. 60.
Simbología del Diagrama de Operación

Listado de Actividades	Tiempo Previsto/Minutos
1. Adquisición del cuy	60
2. Faenamiento del cuy	10
3. Limpieza y lavado	15
4. Aliñar el cuy	5
5. Macerar el cuy	120
6. Freír el cuy	30

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las Autoras

Figura No. 4.
Diagrama de Operación

No.	Símbolo	Actividad	Tiempo
1	➡ □ ▭ ○ _X ⊙ ▽ ▢	Adquisición del cuy	60
2	➡ □ ▭ ○ _X ⊙ ▽ ▢	Faenamiento del cuy	10
3	➡ □ ▭ ○ ⊙ _X ▽ ▢	Limpieza y lavado	15
4	➡ □ ▭ ○ _X ⊙ ▽ ▢	Aliñar el cuy	5
5	➡ □ ▭ ○ _X ⊙ ▽ ▢	Macerar el cuy	120
6	➡ □ ▭ ○ ⊙ _X ▽ ▢	Freír el cuy	30

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las Autoras

Resumen del Diagrama de Operación

Cuadro No. 61.
Operaciones Realizadas

Operación Simple	4
Operación Combinada	2
Total	6
Tiempo Previsto: 240 minutos	

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las Autoras

4.5. PRESUPUESTO TÉCNICO

4.5.1. Inversiones Fijas

Las inversiones fijas son: la infraestructura, maquinaria, instalaciones y montaje de los equipos a utilizar en los procesos de producción.

Terreno

Para la realización del actual proyecto se utilizará un terreno con una superficie de 1500 m², cuyo valor comercial es de \$20,00 cada metro cuadrado es decir \$30.000,00.

Cuadro No. 62.

Terreno

Descripción	Cantidad	Total	Total
Terreno	1.500m ²	20,00	30.000,00

Fuente: Valor fijado por los dueños del terreno

Elaboración: Las autoras

Infraestructura Civil

La construcción de la planta tiene un área total de 1,494m². El costo de cada m² de construcción es de \$66,27 de acuerdo al Arquitecto Paco Cervantes por lo que tendrá un costo de \$99.005,68. Por lo tanto, tendrá doce meses de ejecución de la construcción civil.

Cuadro No. 63.

Infraestructura Civil

Descripción	Total
Infraestructura civil	99.005,68

Fuente: Arquitecto Paco Cervantes

Elaboración: Las autoras

Vehículo

Para el transporte de la materia prima resulta necesaria la adquisición de una camioneta, el cual estará destinado para labores respectivas con la microempresa con un valor de \$ 10.000.00. Según Auto fácil S.A. de la ciudad de Ibarra.

Cuadro No. 64.

Vehículo

Descripción	Cantidad	Total
Camioneta	1	10.000,00

Fuente: Cotización Auto fácil S.A.

Elaboración: Las autoras

4.5.2. Requerimientos de mano de obra

La mano de obra necesaria para la puesta en marcha del centro gastronómico se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 65.

Requerimiento de Mano de Obra

Concepto	Cantidad	Remuneración Mensual	Sueldo Mensual total Trabajadores	Total Anual
Área de Producción				
Jefe de cocina	1	380,00	380,00	4.560,00
Ayudante de cocina	2	340,00	680,00	8.160,00
Mesero	3	340,00	1.020,00	12.240,00
Área de Administración				
Gerente-Administrador	1	500,00	500,00	6.000,00
Contador	1	372,00	372,00	4.464,00
Sección Servicios				
Guardia	1	340,00	340,00	4.080,00
TOTAL				39.504,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

4.5.3. Requerimientos de maquinaria

Se utilizará bienes considerados de largo plazo o duración, para el mejor funcionamiento de las operaciones los cuales son los siguientes:

Cuadro No. 66.

Requerimiento de Maquinaria

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Self-service	1	1.200,00	1.200,00
Peladora de Papas	1	800,00	800,00
Refrigeradora	1	700,00	700,00
Horno para cerdo	1	500,00	500,00
TOTAL			3.200,00

Fuente: Metálicas Vaca, Almacén su Casa

Elaboración: Las autoras

4.5.4. Requerimientos de insumos, materias primas y materiales

Menaje de Cocina y Restaurante

El siguiente cuadro permite tener un enfoque general de los materiales necesarios para el menaje de cocina y restaurante:

Cuadro No. 67.
Menaje de Cocina y Restaurante

MENAJE DE COCINA Y RESTAURANTE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Juego de vajilla 24 piezas	5	15,00	75,00
Charolas	5	5,75	28,75
Bandejas	5	6,00	30,00
Manteles	6	3,50	21,00
Juegos de cubiertos (100 piezas)	1	28,50	28,50
Jarra y vasos (6)	4	12,00	48,00
Cernidor	3	8,50	25,50
Copas (6)	3	12,50	37,50
Platillero	2	8,80	17,60
Olla No. 40	1	61,50	61,50
Olla No. 45	1	78,00	78,00
Olla No. 50	1	94,15	94,15
Paila	2	40,00	80,00
Paila Tortillera No.40	1	35,00	35,00
Cucharones	3	4,00	12,00
Cilindro de Gas Industrial	2	25,00	50,00
Licuadaora	1	67,00	67,00
Microondas	1	70,00	70,00
Basureros	2	4,25	8,50
TOTAL		579,45	868,00

Fuente: Cotización Almacenes Astra

Elaboración: Las autoras

Mobiliaria

El equipo mobiliario que se necesitará se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 68.

Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Silletas	92	35,00	3.220,00
Mesa de 4 puestos	5	40,00	200,00
Mesa de 6 puestos	4	80,00	320,00
Mesa de 8 puestos	6	100,00	600,00
Modular de cocina	1	120,00	120,00
Mesón	1	140,00	140,00
Coche de 3 pisos	3	80,00	240,00
Estantería para bandejas	1	100,00	100,00
Bar de 3m ²	1	400,00	400,00
Escritorio ejecutivo	2	350,00	700,00
Archivador	1	55,00	55,00
Silla ejecutiva	2	90,00	180,00
TOTAL			6.275,00

Fuente: Carpintería El Laurel, F.A.V.E.N. Modulares

Elaboración: Las autoras

Equipo de Oficina

El equipo de oficina del centro gastronómico se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 69.

Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Teléfono	2	35,00	70,00
Televisor	1	500,00	500,00
Mini componente	1	80,00	80,00
TOTAL			650,00

Fuente: Almacén su Casa

Elaboración: Las autoras

Equipo de Computación

Cuadro No. 70.

Equipo de Computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora	2	700,00	1.400,00
Impresora	2	90,00	180,00
TOTAL			1.400,00

Fuente: Cotización World Computers

Elaboración: Las autoras

Materia Prima

Por facilidad de administración y a fin de disponer de materia prima todo el tiempo se trabajará con dos proveedores que disponen de la materia prima necesaria para el funcionamiento del local.

- El cuy será proveído por A.PRO.C.A.A. a un precio de \$6,00.
- La carne de chanco será proveído por la Sra. Consuelo Apuango a un precio de \$1,50 la carne de chanco y \$1,60 la pierna de chanco.
- La gallina de campo será proveído por la Sra. Consuelo Apuango a un precio de \$10.

Cuadro No. 71.

Materia Prima

CONCEPTO	UNIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Cuy	Unidad	6,00	106	638,19	7.658,30
Carne de Chanco	Libra	1,50	170	255,21	3.062,51
Carne de Chanco Pierna	Libra	1,60	95	152,23	1.826,81
Gallina de Campo	Libra	1,00	19	19,34	232,12
TOTAL				1.064,98	12.779,74

Fuente: Proveedores

Elaboración: Las autoras

4.6. Resumen de la Inversión

Cuadro No. 72.

Resumen Inversión Fija

CONCEPTOS	VALOR TOTAL
Terreno	30.000,00
Infraestructura Civil	99.005,68
Vehículo	10.000,00
Maquinaria y Equipo	3.200,00
Muebles y Enseres (Mobiliaria)	6.275,00
Equipo de Computación	1.400,00
Equipo de Oficina	650,00
TOTAL	150.530,68

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Cuadro No. 73.

Resumen Inversión Variable

CONCEPTOS	VALOR TOTAL
Vajilla y Menaje	868,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

4.7. Gastos de Constitución

Se estima los rubros de permisos de funcionamiento para la puesta en marcha de la microempresa, permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud, y trámites legales para la creación de la misma.

Cuadro No. 74.

Gastos de Constitución

CONCEPTO	VALOR
Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud	76,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	10,00
Pago Patente Municipal	5,00
Elaboración de la Minuta	120,00
Registro Notaría Pública	100,00
Otros Registros	80,00
TOTAL	391,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

4.8. Inversión Total del Proyecto

La inversión total del proyecto asciende a \$157.931,10 U.S.D. la misma que será cubierta el 45% por las personas asociadas y 55% un préstamo bancario.

Cuadro No. 75.

Inversión Requerida

DETALLE	TOTAL
Inversión Fija	150.530,68
Inversión Variable	868,00
Capital de Trabajo	6.532,42
TOTAL	157.931,10

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. Capital de Trabajo

El Centro Gastronómico mantendrá un capital de operación mensual en base a los siguientes rubros:

Cuadro No. 76.

Capital de Trabajo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MATERIA PRIMA INDIRECTA			
Cuy	106	6,00	638,19
Carne de Chanco	170	1,50	255,21
Carne de Chanco Pierna	95	1,60	152,23
Gallina de Campo	19	1,00	19,34
Total	391	10,10	1.064,98
MANO DE OBRA DIRECTA			
Jefe de Cocina	1	502,00	502,00
Ayudante de Cocina	2	437,98	875,95
Mesero	3	433,25	1.299,76
Total	6	1.373,23	2.677,72
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Materia Prima Indirecta			
Sal	3	0,70	2,10
Condimentos	8	2,00	16,00
Aceite (Caja de 15)	15	30,50	457,50
Papas (Quintal)	5	8,00	40,00
Maíz(arroba) (Mote y Tostado)	10	16,50	165,00
Verduras		60,00	60,00
Mantequilla	15	3,50	52,50
Total Materia Prima Indirecta	56	121,20	793,10
Mano de Obra Indirecta			
Guardia	1	452,14	452,14
Total Mano de Obra Indirecta	1	452,14	452,14
Otros Costos Indirectos de Fabricación			
Servicios Básicos		21,00	21,00

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Seguros de Fábrica		41,67	41,67
Gas	2	25,00	50,00
Total Otros costos de fabricación		87,67	112,67
TOTAL CIF		661,01	1357,91
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Remuneración Gerente		651,58	651,58
Remuneración Contadora		492,03	492,03
Suministros de Oficina		18,28	18,28
Servicios Básicos		48,00	48,00
Mantenimiento Vehículo		147,33	147,33
Total Gastos Administrativos		1.357,23	1.357,23
GASTOS DE VENTAS			
Publicidad		74,58	74,58
Total Gastos de Ventas		74,58	74,58
TOTAL		3.476,16	6.532,42

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las autoras

5.2. De Operación

5.2.1. Ingresos

Para calcular los ingresos proyectados que obtendrá el Centro Gastronómico se tomó en cuenta los datos de la demanda potencial a cubrir establecidos en el Estudio de Mercado para los cinco años que se va hacer la proyección y se multiplicó por los precios de venta determinados por la microempresa, los mismos que están basados en los precios de la competencia y el costo de producción, para lo cual se consideró el precio promedio establecido el mismo que menciona que el precio de venta es de \$14 el plato de cuy frito, 3,50 el plato de fritada, 1,50 el plato de hornado y 3,00 el plato de caldo de gallina de campo ya que se incorporó una utilidad de 3% al precio obtenido del promedio, a todos estos precios se incluyó la tasa de inflación del 2013 que es de 2.70%.

Cuadro No. 77.

Presupuesto de Ingresos

PERÍODOS	Presupuesto de Ingresos			Presupuesto de Ingresos		
Años	Cuy Frito			Fritada		
	Precio	D. Cubrir	Ingresos	Precio	D. Cubrir	Ingresos
1	14,00	1.276	17.869	3,50	6.125	21.438
2	14,38	2.139	30.749	3,59	9.617	34.568
3	14,77	3.391	50.077	3,69	14.450	53.342
4	15,16	5.170	78.401	3,79	21.049	79.801
5	15,57	7.650	119.147	3,89	29.961	116.657
PERÍODOS	Presupuesto de Ingresos			Presupuesto de Ingresos		
Años	Hornado			Caldo de Gallina		
	Precio	D. Cubrir	Ingresos	Precio	D. Cubrir	Ingresos
1	1,50	3.425	5.138	3,00	2.321	6.964
2	1,54	5.189	7.993	3,08	3.809	11.734
3	1,58	7.546	11.939	3,16	5.939	18.793
4	1,62	10.669	17.335	3,25	8.932	29.025
5	1,67	14.777	24.658	3,34	13.069	43.615

Fuente: Cuadro No. 53, 55

Elaboración: Las autoras

Otros Ingresos

Como otros ingresos consideramos los provenientes por la venta de bebidas y desechos orgánicos.

Cuadro No. 78.

Precio de Venta Unitario de las Bebidas

Bebidas	P.V.U.	Cantidad Total
Gaseosas de 3 litros	2,80	3.600,00
Gaseosas de 2 litros	1,50	3.600,00
Gaseosas personales	0,80	3.600,00
Cerveza	1,50	3.600,00
Tesalia (natural y sabores)	0,80	3.600,00
TOTAL	7,40	18.000,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Para la proyección de la venta de las bebidas se consideró la tasa de inflación que es de 2,70%.

Cuadro No. 79.

Presupuesto de Ingresos de Bebidas

Bebidas	1	2	3	4	5
Gaseosas de 3 litros	10.080,00	10.352,16	10.631,67	10.918,72	11.213,53
Gaseosas de 2 litros	5.400,00	5.545,80	5.695,54	5.849,32	6.007,25
Gaseosas personales	2.880,00	2.957,76	3.037,62	3.119,64	3.203,87
Cerveza	5.400,00	5.545,80	5.695,54	5.849,32	6.007,25
Tesalia (natural y sabores)	2.880,00	2.957,76	3.037,62	3.119,64	3.203,87
TOTAL	26.640,00	27.359,28	28.097,98	28.856,63	29.635,75

Fuente: Cuadro No. 78.

Elaboración: Las autoras

En la proyección de los ingresos de los desechos orgánicos se consideró la tasa de crecimiento de los visitantes de 21,19% para determinar la cantidad que aumentará en los próximos años y para el precio se tomó el 2,70% que corresponde a la tasa de inflación.

Cuadro No. 80.

Presupuesto de Ingresos de Desechos Orgánicos

OTROS INGRESOS					
INGRESOS PROYECTADOS					
AÑOS	Desechos Orgánicos				
	Precio	Q	Semanal	Mensual	Anual
1	3,70	21,00	77,70	310,80	3.729,60
2	3,80	25,45	96,71	386,83	4.641,94
3	3,90	30,84	120,36	481,45	5.777,46
4	4,01	37,38	149,81	599,23	7.190,75
5	4,12	45,30	186,45	745,81	8.949,76
TOTAL	19,53	159,97	631,03	2.524,12	30.289,50

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

5.2.2. Egresos

Los egresos que se tendrán en la producción y comercialización de los platos típicos, se establecerán en forma anual, datos que permitirán tomar las decisiones, más eficaces de inversión.

5.2.2.1. Costos de Producción

- **Materia Prima Directa**

Para realizar la proyección de los costos de la materia prima directa se consideró los datos obtenidos del cuadro No. 70. Incrementando el 2,70% de la tasa de inflación.

Cuadro No. 81.

Proyección de los Costos de Materia Prima Directa

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Cuy	7.658,30	7.865,08	8.077,44	8.295,53	8.519,50
Carne de Chanco	3.062,51	3.145,19	3.230,11	3.317,33	3.406,89
Carne de Chanco Pierna	1.826,81	1.876,13	1.926,79	1.978,81	2.032,24
Gallina de Campo	232,12	238,39	244,83	251,44	258,22
TOTAL	12.779,74	13.124,79	13.479,16	13.843,10	14.216,86

Fuente: Cuadro No. 71.

Elaboración: Las autoras

- **Mano de Obra Directa**

En la planta se contará con 6 obreros permanentes que laboran ocho horas diarias y cinco días a la semana, los mismos que de acuerdo a la actividad de la microempresa trabajarán los días sábados y domingos, tomando como días de descanso 2 días a la semana.

La proyección de salarios se realiza en función de la última tasa salarial que han incrementado el gobierno nacional y que es de aproximadamente del 6.92% anual.

Cuadro No. 82.

Proyección del Sueldo de Mano de Obra Directa en Dólares

Cantidad	Cargo	Sueldo	1	2	3	4	5
1	Jefe de cocina	380,00	4.560,00	4.875,55	5.212,94	5.573,68	5.959,37
2	Ayudante de cocina	340,00	8.160,00	8.724,67	9.328,42	9.973,95	10.664,14
3	Mesero	340,00	12.240,00	13.087,01	13.992,63	14.960,92	15.996,21
TOTAL		1.060,00	24.960,00	26.687,23	28.533,99	30.508,54	32.619,73

Fuente: Cuadro No. 64.

Elaboración: Las autoras

Cuadro No. 83.

Proyección de los Costos de Mano de Obra Directa en Dólares

Detalle	1	2	3	4	5
Sueldo Básico	24.960,00	26.687,23	28.533,99	30.508,54	32.619,73
Aporte patronal I.E.S.S.	3032,64	3242,50	3466,88	3706,79	3963,30
Décimo Tercer Sueldo	2080,00	2223,94	2377,83	2542,38	2718,31
Décimo Cuarto Sueldo	1020,00	1090,58	1166,05	1246,74	1333,02
Vacaciones	1.040,00	1.111,97	1.188,92	1.271,19	1.359,16
Fondos de Reserva	-	2.223,05	2.376,88	2.541,36	2.717,22
TOTAL	32.132,64	36.579,27	39.110,55	41.817,00	44.710,74

Fuente: Cuadro No. 82.

Elaboración: Las autoras

- **Costos Indirectos de Fabricación**

Se encuentra conformado por los elementos agregados que son importantes para la elaboración de los platos típicos, estos están inmersos dentro del proceso productivo.

- **Materia Prima Indirecta**

La materia prima indirecta necesaria para la elaboración de los platos típicos se encuentra detallada en el siguiente cuadro, el cual para la proyección se tomó en cuenta la tasa de inflación que es de 2,70%.

Cuadro No. 84.

Proyección de los Costos de Materia Prima Indirecta en Dólares

Concepto	1	2	3	4	5
Sal	25,20	25,88	26,58	27,30	28,03
Condimentos	192,00	197,18	202,51	207,98	213,59
Aceite (Caja de 15)	5.490,00	5.638,23	5.790,46	5.946,80	6.107,37
Papas (Quintal)	480,00	492,96	506,27	519,94	533,98
Maíz(arroba) (Mote y Tostado)	1.980,00	2.033,46	2.088,36	2.144,75	2.202,66
Verduras	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97
Mantequilla	630,00	647,01	664,48	682,42	700,85
TOTAL	9.517,20	9.774,16	10.180,77	10.309,09	10.737,95

Fuente: Cuadro No. 76.

Elaboración: Las autoras

- **Mano de Obra Indirecta**

La mano de obra indirecta que interviene en el Centro Gastronómico es un guardia de seguridad, el cual se encargara de la vigilancia de la microempresa.

Cuadro No. 85.

Proyección del Sueldo de Mano de Obra Indirecta en Dólares

Cantidad	Cargo	Sueldo	1	2	3	4	5
1	Guardia	340,00	4.080,00	4.362,34	4.664,21	4.986,97	5.332,07
TOTAL		340,00	4.080,00	4.362,34	4.664,21	4.986,97	5.332,07

Fuente: Cuadro No. 64.

Elaboración: Las autoras

Cuadro No. 86.

Proyección del Costo Total de Mano de Obra Indirecta en Dólares

Detalle	1	2	3	4	5
Sueldo Básico	4.080,00	4.362,34	4.664,21	4.986,97	5.332,07
Aporte Patronal I.E.S.S.	495,72	530,02	566,70	605,92	647,85
Décimo Tercer Sueldo	340,00	363,53	388,68	415,58	444,34
Décimo Cuarto Sueldo	340,00	363,53	388,68	415,58	444,34
Vacaciones	170,00	181,76	194,34	207,79	222,17
Fondos de Reserva	-	363,38	388,53	415,41	444,16
TOTAL	5.425,72	6.164,56	6.591,15	7.047,26	7.534,93

Fuente: Cuadro No. 85.

Elaboración: Las autoras

Otros Gastos de Fabricación

- **Servicios Básicos**

Los Servicios Básicos que se incurren para la producción de los platos típicos se detallan a continuación los mismos que para su proyección se consideró el 2,70% de la tasa de inflación.

Cuadro No. 87.

Proyección de los Servicios Básicos en Dólares

Detalle	Mensual	1	2	3	4	5
Agua	6,00	72	73,94	75,94	77,99	80,10
Energía Eléctrica	15,00	180	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	21,00	252	258,80	265,79	272,97	280,34

Fuente: Cuadro No.76.

Elaboración: Las autoras

- **Seguro de Fábrica**

La Fábrica contratará un seguro a fin de tener resguardado los activos de la microempresa y de igual manera todos los recursos de la misma, para la proyección de los siguientes años se usó la tasa de inflación 2,70%.

Cuadro No. 88.

Proyección del Seguro de Fábrica en Dólares

Detalle	Mensual	1	2	3	4	5
Seguros de Fábrica	41,67	500,00	513,50	527,36	541,60	556,23
TOTAL	41,67	500,00	513,50	527,36	541,60	556,23

Fuente: Cuadro No.76.

Elaboración: Las autoras

- **Gas Industrial**

Para la proyección del gas industrial de los siguientes años se usó la tasa de inflación 2,70%.

Cuadro No. 89.
Proyección del Gas Industrial en Dólares

Detalle	Cantidad	Mensual	1	2	3	4	5
Gas Industrial	2	25,00	600,00	616,20	632,84	649,924	667,47
TOTAL		25,00	600,00	616,20	632,84	649,92	667,47

Fuente: Cuadro No.76.

Elaboración: Las autoras

Resumen de Gastos Generales de Producción

Cuadro No. 90.
Resumen de Gastos Generales de Producción

Detalle	1	2	3	4	5
Materia Prima Indirecta	9.517,20	9.774,16	10.180,77	10.309,09	10.737,95
Mano de Obra Indirecta	5.425,72	6.164,56	6.591,15	7.047,26	7.534,93
Otros Gastos de Fabricación	1.352,00	1.388,50	1.425,99	1.464,50	1504,04
TOTAL	16.294,92	17.327,23	18.197,91	18.820,85	19.776,92

Fuente: Cuadros No. 84, 85, 86, 87, 88, 89.

Elaboración: Las autoras

Resumen de Costos de Producción

Cuadro No. 91.
Resumen de Costos de Producción

Detalle	1	2	3	4	5
MATERIA PRIMA DIRECTA					
Cuy	7.658,30	7.865,08	8.077,44	8.295,53	8.519,50
Carne de Chanco	3.062,51	3.145,19	3.230,11	3.317,33	3.406,89
Carne de Chanco Pierna	1.826,81	1.876,13	1.926,79	1.978,81	2.032,24
Gallina de Campo	232,12	238,39	244,83	251,44	258,22
TOTAL M.P.D.	12.779,74	13.124,79	13.479,16	13.843,10	14.216,86
MANO DE OBRA DIRECTA					
Mano de Obra Directa	32.132,64	36.579,27	39.110,55	41.817,00	44.710,74
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	32.132,64	36.579,27	39.110,55	41.817,00	44.710,74
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Materia Prima Indirecta	9.517,20	9.774,16	10.180,77	10.309,09	10.737,95
Mano de Obra Indirecta	5.425,72	6.164,56	6.591,15	7.047,26	7.534,93
Otros Gastos de Fabricación	1.352,00	1.388,50	1.425,99	1.464,50	1.504,04
TOTAL C.I.F.	16.294,92	17.327,23	18.197,91	18.820,85	19.776,92
TOTAL COSTOS	61.207,30	67.031,29	70.787,63	74.480,95	78.704,52

Fuente: Cuadros No. 81, 83, 90.

Elaboración: Las autoras

5.2.2.2. Gastos Administrativos

Dentro de los gastos administrativos, se considera el sueldo del personal administrativo y los gastos en suministros de oficinas para la microempresa, es decir todo en referencia al área administrativa. Se considera un incremento del 2,70%. Según la tasa de inflación del Banco Central del Ecuador.

- **Suministros de Oficina**

Cuadro No. 92.

Suministros de Oficina

Detalle	1	2	3	4	5
Grapadora	15	15,41	15,82	16,25	16,69
Perforadora	16	16,43	16,88	17,33	17,80
Resma Papel Bon	50	51,35	52,74	54,16	55,62
Carpetas	20	20,54	21,09	21,66	22,25
Esferos	10	10,27	10,55	10,83	11,12
Lápiz	10	10,27	10,55	10,83	11,12
Flash Memory	36	36,97	37,97	39,00	40,05
Borradores	1	1,03	1,05	1,08	1,11
Agenda	30	30,81	31,64	32,50	33,37
Cartuchos	20	20,54	21,09	21,66	22,25
Basureros	5	5,14	5,27	5,42	5,56
Imprevistos 3%	6,39	6,56	6,74	6,92	7,11
TOTAL	219,39	225,31	231,40	237,64	244,06

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

- **Sueldo Personal Administrativo**

Se considera dos personas para el área administrativa un gerente y una contadora, la proyección de los sueldos se realiza en función de las últimas tasas salariales que han incrementado el gobierno nacional y que es de aproximadamente del 6,92% anual.

Cuadro No. 93.**Proyección del Sueldo del Personal Administrativo en Dólares**

Cantidad	Cargos	Sueldo	1	2	3	4	5
1	Gerente	500,00	6.000,00	6.415,20	6.859,13	7.333,78	7.841,28
1	Contadora	372,00	4.464,00	4.772,91	5.103,19	5.456,34	5.833,91
TOTAL		872,00	10.464,00	11.188,11	11.962,33	12.790,12	13.675,20

Fuente: Cuadro No. 92.

Elaboración: Las autoras

Cuadro No. 94.**Proyección del Costo Total del Personal Administrativo en Dólares**

Detalle	1	2	3	4	5
Sueldo Básico	10.464,00	11.188,11	11.962,33	12.790,12	13.675,20
Aporte Patronal I.E.S.S.	1271,38	1359,36	1453,42	1554,00	1661,54
Décimo Tercer Sueldo	872,00	932,34	996,86	1065,84	1139,60
Décimo Cuarto Sueldo	680,00	727,06	730,31	780,85	834,88
Vacaciones	436,00	466,17	498,43	532,92	569,80
Fondos de Reserva	-	931,97	996,46	1.065,42	1.139,14
TOTAL	13.723,38	15.605,00	16.637,81	17.789,15	19.020,16

Fuente: Cuadro No. 93.

Elaboración: Las autoras

- Servicios Básicos**

Cuadro No. 95.**Proyección del Gasto de Servicios Básicos de Administración en Dólares**

Detalle	Mensual	1	2	3	4	5
Agua	3,00	36,00	36,97	37,97	39,00	40,05
Energía Eléctrica	10,00	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49
Teléfono	10,00	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49
Internet	25,00	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74
TOTAL	48,00	576,00	591,55	607,52	623,93	640,77

Fuente: Cuadro No. 76.

Elaboración: Las autoras

Resumen de Gastos

Cuadro No. 96.
Resumen de Gastos

Detalle	1	2	3	4	5
Sueldo Personal Administrativo	13.723,38	15.605,00	16.637,81	17.789,15	19.020,16
Suministros de Oficina	219,39	225,31	231,40	237,64	244,06
Servicios Básicos	576,00	591,55	607,52	623,93	640,77
TOTAL	14.518,77	16.421,87	17.476,73	18.650,72	19.904,99

Fuente: Cuadro No. 92, 93, 94, 95.

Elaboración: Las autoras

5.2.2.3. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas que incurrirá la microempresa se detallan a continuación.

- **Publicidad**

Para el cálculo de este rubro a partir del segundo año se consideró un incremento correspondiente al 2,70% de acuerdo a la tasa de inflación anual.

Cuadro No. 97.
Gasto Publicidad

Detalle	1	2	3	4	5
Radial	370,00	379,99	390,25	400,79	411,61
Web	125,00	128,38	131,84	135,40	139,06
Trípticos	400,00	410,80	421,89	433,28	444,98
TOTAL	895,00	919,17	943,98	969,47	995,65

Fuente: Cuadro No. 76.

Elaboración: Las autoras

5.2.2.4. Tabla de Amortización

Para la ejecución de este proyecto financiará el 55% la Corporación Financiera Nacional al 10,50% anual, la tabla de amortización se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro No. 98.

Estructura del Financiamiento

Descripción	Valor	%
Capital Propio	71.069,00	45%
Capital Financiado	86.862,10	55%
INVERSIÓN TOTAL	157.931,10	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Cuadro No. 99.

Datos para la Amortización

Préstamo:	86.862,10
Tasa de interés:	10,50%
Plazo:	5 Años

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaboración: Las autoras

$$VP = \frac{VF * i * (1 + i)^n}{(1 + i)^n - 1}$$

V.P.= Pago de la Amortización

V.F.= Valor de la Deuda

i= Tasa Activa Anual

n= Periodos de Pago

$$V.P. = \frac{86.862,10 * 10,50\% * (1 + 10,50\%)^5}{(1 + 10,50\%)^5 - 1}$$

$$V.P. = \frac{9.120,52 * 1,65}{0,65}$$

V.P. = 27.207,43 Pago Anual

Cuadro No. 100.
Tabla de Amortización

Años	Principal	Interés	Anualidad	Capital Final
				86.862,10
1	14.086,90	9.120,52	23.207,43	72.775,20
2	15.566,03	7.641,40	23.207,43	57.209,17
3	17.200,46	6.006,96	23.207,43	40.008,71
4	19.006,51	4.200,91	23.207,43	21.002,20
5	21.002,20	2.205,23	23.207,43	0,00

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaboración: Las autoras

5.2.2.5. Tabla de Depreciaciones

La depreciación de los bienes que va utilizar la microempresa para la producción y comercialización de los platos típicos se basó en la “Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno”,

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y las técnicas contables y tributarias vigentes.

Cuadro No. 101.
Tabla de Depreciaciones

Detalle	Valor	V.R.	Vida Útil	1	2	3	4	5
Infraestructura Civil	99.005,68	4.950,28	20	4.702,77	4.702,77	4.702,77	4.702,77	4.702,77
Vehículo	10.000,00	2.000,00	5	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Muebles y Enseres (Mobiliaria)	6.275,00	627,50	10	564,75	564,75	564,75	564,75	564,75
Maquinaria y Equipo	3.200,00	386,00	10	347,40	347,40	347,40	347,40	347,40
Equipo de Computación	1.400,00	466,62	3	311,13	311,13	311,13	0,00	0,00
Equipo de Computación	1.779,93	593,25	3	0,00	0,00	0,00	395,56	395,56
Equipo de Oficina	650,00	65,00	10	58,50	58,50	58,50	58,50	58,50
TOTAL	122.310,60	9.088,65		7.584,55	7.584,55	7.584,55	7.668,98	7.668,98

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

5.2.2.6. Resumen de Egresos Proyectados

Cuadro No. 102.
Egresos Proyectados

Detalle	1	2	3	4	5
Costos Directos de Fabricación	44.912,38	49.704,06	52.589,71	55.660,10	58.927,60
Costos Indirectos de Fabricación	16.294,92	17.327,23	18.197,91	18.820,85	19.776,92
Gasto Administrativo	14.518,77	16.421,87	17.476,73	18.650,72	19.904,99
Gasto Ventas	895,00	919,17	943,98	969,47	995,65
Gasto Depreciación	7.584,55	7.584,55	7.584,55	7.668,98	7.668,98
Gasto de Constitución	391,00	-	-	-	-
Gasto Financiero	9.120,52	7.641,40	6.006,96	4.200,91	2.205,23
TOTAL EGRESOS PROYECTADOS	93.717,13	99.598,26	102.799,85	105.971,03	109.479,36

Fuente: Cuadro No.74, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101.

Elaboración: Las autoras

5.3. Estados Financieros Proforma

5.3.1. Estado de Situación Financiera

El Estado de Situación Financiera para el primer año indica la posición financiera con la que cuenta la microempresa como son: activos, pasivos y patrimonio.

Cuadro No. 103.
CENTRO GASTRONÓMICO LA TRADICIÓN CÍA. LTDA.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
(Expresada en dólares de los Estados Unidos de América)

ACTIVOS

PROPIEDAD DEL PROYECTO

Inversión Fija	
Terreno	30.000,00
Infraestructura Civil	99.005,68
Vehículo	10.000,00
Maquinaria y Equipo	3.200,00
Muebles y Enseres (Mobiliaria)	6.275,00
Equipo de Computación	1.400,00
Equipo de Oficina	650,00
Inventario Menaje y Utilería	30.000,00

ACTIVOS DE LIBRE DISPONIBILIDAD

Capital de Trabajo	6.532,42
--------------------	----------

TOTAL ACTIVOS	<u>157.931,10</u>
----------------------	--------------------------

PASIVOS

OBLIGACIONES A LARGO PLAZO

Préstamo Bancario	86.862,10
-------------------	-----------

PATRIMONIO

Capital Propio	71.069,00
----------------	-----------

TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	<u>157.931,10</u>
-----------------------------------	--------------------------

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

5.3.2. Estado de Resultados Integrales

El Estado de Resultados Integrales Proyectado presenta los resultados de las operaciones que el proyecto estima tener durante cinco años.

Cuadro No. 104.

CENTRO GASTRONÓMICO LA TRADICIÓN CÍA. LTDA.

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

(Expresada en dólares de los Estados Unidos de América)

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO PROYECTADO DE VENTAS	81.778,07	117.045,58	168.026,12	240.609,88	342.663,25
Cuy Frito	17.869,38	30.748,77	50.076,99	78.400,80	119.146,76
Fritada	21.437,54	34.568,08	53.341,82	79.800,95	116.657,17
Hornado	5.137,90	7.993,42	11.938,54	17.335,45	24.658,37
Caldo de Gallina de Campo	6.963,66	11.734,09	18.793,34	29.025,31	43.615,44
Otros Ingresos (bebidas, desechos)	30.369,60	32.001,22	33.875,44	36.047,37	38.585,51
MENOS COSTO DE PRODUCCIÓN	72.382,30	78.508,01	82.574,22	86.585,78	91.136,18
Cuy Frito	12.359,61	13.420,17	14.281,51	15.137,34	16.056,34
Fritada	25.622,75	28.125,55	29.664,33	31.173,31	32.924,31
Hornado	14.443,08	15.354,36	15.731,47	16.098,41	16.590,45
Caldo de Gallina de Campo	8.781,86	10.131,20	11.110,32	12.071,89	13.133,42
Otros Costos	11.175,00	11.476,73	11.786,60	12.104,83	12.431,67
IGUAL UTILIDAD/ PERDIDA EN VENTAS	9.395,77	38.537,56	85.451,90	154.024,10	251.527,07
(-) GASTOS OPERACIONALES Y FINANCIEROS	32.509,83	32.566,98	32.012,23	31.490,08	30.774,85
Gastos Administrativos	14.518,77	16.421,87	17.476,73	18.650,72	19.904,99
Gasto de Ventas	895,00	919,17	943,98	969,47	995,65
Gasto de Depreciaciones	7.584,55	7.584,55	7.584,55	7.668,98	7.668,98
Gasto de Constitución	391,00	-	-	-	-
Gasto Financiero	9.120,52	7.641,40	6.006,96	4.200,91	2.205,23
IGUAL UTILIDAD / PÉRDIDA OPERACIONAL PROYECTADA	-23.114,06	5.970,59	53.439,68	122.534,02	220.752,22
MENOS 15% PARTICIP. LABORAL		895,59	8.015,95	18.380,10	33.112,83
IGUAL UTILIDAD / PÉRDIDA OPERACIONAL PROYECTADA	-23.114,06	5.075,00	45.423,73	104.153,91	187.639,39

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Nota: Según el Art. 9.1 de la Ley de régimen tributario interno menciona que gozará de una exoneración del pago del impuesto a la renta por cinco

años para toda inversión nueva contados desde el primer año en que se generen ingresos atribuibles.

5.3.3. Estado de Flujo de Caja

Son estimaciones de entrada y salida de efectivo presupuestados. Es una base que permite evaluar la liquidez o solvencia en que se encuentra la microempresa.

Cuadro No. 105.
CENTRO GASTRONÓMICO LA TRADICIÓN CÍA. LTDA.

ESTADO DE FLUJO DE CAJA

(Expresada en dólares de los Estados Unidos de América)

DETALLE	AÑO 0	1	2	3	4	5
INVERSIÓN INICIAL	-157.931,10					
INGRESOS						
Utilidad neta proyectada		-23.114,06	5.075,00	45.423,73	104.153,91	187.639,39
Depreciación		7.584,55	7.584,55	7.584,55	7.668,98	7.668,98
Valor de Rescate						9.088,65
TOTAL INGRESOS		-15.529,52	12.659,55	53.008,27	111.822,89	204.397,02
EGRESOS						
Pago del capital de la deuda		14.086,90	15.566,03	17.200,46	19.006,51	21.002,20
Diferido					1779,93	
TOTAL EGRESOS		14.086,90	15.566,03	17.200,46	20.786,44	21.002,20
FLUJO NETO		-29.616,42	-2.906,48	35.807,81	91.036,46	183.394,82

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

5.4. Evaluación Financiera

5.4.1. Determinación de la Tasa de Redescuento

Se tomará en cuenta la tasa de interés activa del 10,50% gasto que demandará el crédito, y la tasa pasiva del 6% que ganaría, si el capital propio se invertiría en una entidad financiera; cuyo resultado se sumará a la tasa inflacionaria del 2,70%. Estos cálculos constituyen un referéndum para los indicadores financieros V.A.N. y T.I.R.

Cuadro No. 106.

Tasa de Redescuento

Forma de Financiamiento Inicial	Valor	Porcentaje de Participación	Costo Capital (KP) Ponderado	Costo de Capital Neto (KP)
Recursos Propios	71.069,00	45%	6%	2,70%
Préstamo Bancario	86.862,11	55%	10,50%	5,78%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	157.931,10	100%	16,50%	8,48%

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

$$\text{Tasa de Redescuento} = (1+k_p)^*(1+I_n)^{-1}$$

$$\text{Tasa de Redescuento} = (1,0848)^*(1,0270)^{-1}$$

$$\text{Tasa de Redescuento} = 0,1140$$

$$\text{Tasa de Redescuento} = 11,40\%$$

5.5. Criterios de Evaluación

5.5.1. Valor Actual Neto

Tomando los datos obtenidos en el flujo de caja y la tasa de redescuento se obtuvo el Valor Actual Neto (V.A.N.), empleando la siguiente fórmula:

$$V.A.N. = -Inversión Inicial + \frac{\sum Flujo de Caja Neto}{(1+i)^n}$$

Cuadro No. 107.

Valor Actual Neto

VALOR ACTUAL NETO DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de caja	-157.931,10	-29.616,42	-2.906,48	35.807,81	91.036,46	183.394,82
Flujos Actualizados		-26.584,74	-2.341,90	25.898,67	59.103,74	106.877,57

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

$$V.A.N. = -157.931,10 + \frac{-29.616,42}{(1 + 0,1140)^1} + \frac{-2.906,48}{(1 + 0,1140)^2} + \frac{35.807,81}{(1 + 0,1140)^3} + \frac{91.036,46}{(1 + 0,1140)^4} + \frac{183.394,82}{(1 + 0,1140)^5}$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + (-26.584,74) + (-2.341,90) + 25.898,67 + 59.103,74 + 106.877,57$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + 162.953,33$$

$$V.A.N. = 5.022,23$$

El V.A.N. es positivo, por lo tanto, afirmamos teóricamente que la ejecución del proyecto es factible, siempre y cuando los escenarios previstos no cambien en forma significativa.

5.5.2. Tasa Interna de Retorno

Para el cálculo del T.I.R. se considera el V.A.N. obtenido que es positivo y calculamos un V.A.N. negativo con una tasa de redescuento superior, los cuales serán comparados determinando el rendimiento del proyecto.

FLUJOS NETOS DE CAJA ACTUALIZADOS

Cuadro No. 108.

Tasa Inferior 11,40%

VALOR ACTUAL NETO DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de caja	-157.931,10	-29.616,42	-2.906,48	35.807,81	91.036,46	183.394,82
Flujos Actualizados		-26.584,74	-2.341,90	25.898,67	59.103,74	106.877,57

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las autoras

Cuadro No. 109.**Tasa Superior 13%**

VALOR ACTUAL NETO DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de caja	-157.931,10	-29.616,42	-2.906,48	35.807,81	91.036,46	183.394,82
Flujos Actualizados		-26.209,22	-2.276,20	24.816,61	55.834,36	99.539,36

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las autoras

$$V.A.N. = -157.931,10 + \frac{-29.616,42}{(1 + 0,1140)^1} + \frac{-2.906,48}{(1 + 0,1140)^2} + \frac{35.807,81}{(1 + 0,1140)^3} + \frac{91.036,46}{(1 + 0,1140)^4} + \frac{183.394,82}{(1 + 0,1140)^5}$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + (-26.584,74) + (-2.341,90) + 25.898,67 + 59.103,74 + 106.877,57$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + 162.953,33$$

$$V.A.N. = 5.022,23$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + \frac{-29.616,42}{(1 + 0,13)^1} + \frac{-2.906,48}{(1 + 0,13)^2} + \frac{35.807,81}{(1 + 0,13)^3} + \frac{91.036,46}{(1 + 0,13)^4} + \frac{183.394,82}{(1 + 0,13)^5}$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + (-26.209,22) + (-2.276,20) + 24.816,61 + 55.834,36 + 99.539,36$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + 151.704,91$$

$$V.A.N. = -6.226,19$$

Una vez obtenidos el V.A.N. positivo y negativo, se calcula la T.I.R., mediante la siguiente fórmula:

$$T.I.R. = Ti + (Ts - Ti) * \frac{VAN Ti}{(VAN Ti - VAN Ts)}$$

En donde:

Ti= Tasa Inferior

Ts= Tasa Superior

V.A.N. Ti= Valor Presente Neto de la tasa Inferior

V.A.N. Ts= Valor Presente Neto de la tasa Superior

$$T.I.R. = 0,1140 + (0,13 - 0,1140) * \frac{5.022,23}{(5.022,23 - (-6.226,19))}$$

$$T.I.R. = 0,1140 + (0,0160) * 0,4465$$

$$T.I.R. = 0,1140 + 0,0071$$

$$T.I.R. = 12,10\%$$

De acuerdo con esta tasa el proyecto se considera factible, debido a que esta tasa permite igualar a la sumatoria actualizada de los flujos de caja con la inversión Inicial.

Comprobación

$$V.A.N. = -157.931,10 + \frac{-29.616,42}{(1 + 0,1210)^1} + \frac{-2.906,48}{(1 + 0,1210)^2} + \frac{35.807,81}{(1 + 0,1210)^3} + \frac{91.036,46}{(1 + 0,1210)^4} + \frac{183.394,82}{(1 + 0,1210)^5}$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + (-26.419,50) + (-2.312,87) + 25.418,71 + 57.647,85 + 103.596,91$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + 157.931,10$$

$$V.A.N. = 0,00$$

5.5.3. Período de Recuperación de la Inversión

Este elemento de evaluación financiera permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectado.

El periodo de recuperación que tendrá el proyecto es de 4,5 años

Cuadro No. 110.
Recuperación de la Inversión

AÑOS	CAPITAL	UTILIDAD	RECUP. CAPITAL
1	157.931,10	-29.616,42	-29.616,42
2		-2.906,48	-2.906,48
3		35.807,81	35.807,81
4		91.036,46	91.036,46
5		183.394,82	63.609,74

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las autoras

5.5.4. Relación Costo/Beneficio

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los costos/beneficios. El cuadro de los ingresos y egresos actualizados se muestra a continuación, los cuales fueron calculados con la tasa de rendimiento 11,40%.

Cuadro No. 111.
Ingresos y Egresos Actualizados

Años	Ingresos	Egresos	Factor 11,40 (1+r) ⁿ	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	81.778,07	93.717,13	1,11	73.406,88	84.123,80
2	117.045,58	99.598,26	1,24	94.309,36	80.251,21
3	168.026,12	102.799,85	1,38	121.528,04	74.351,92
4	240.609,88	105.971,03	1,54	156.211,52	68.799,73
5	342.663,25	109.479,36	1,72	199.694,92	63.801,63
TOTAL	950.122,90	511.565,64		645.150,72	371.328,29

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las autoras

$$C/B = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$C/B = \frac{645.150,72}{371.328,29}$$

$$C/B = 1,74$$

El índice de rentabilidad es mayor que uno, entonces el proyecto si es aceptable. Por cada dólar invertido se recupera \$1,74.

5.6. Tasa de Rendimiento Beneficio Costo

Cuadro No. 112.

Tasa de Rendimiento Beneficio Costo

AÑO	INGRESOS	FACTOR	INGRESOS DEFLACTADOS
1	81.778,07	1,11	73.406,88
2	117.045,58	1,24	94.309,36
3	168.026,12	1,38	121.528,04
4	240.609,88	1,54	156.211,52
5	342.663,25	1,72	199.694,92
TOTAL			645.150,72

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

$$T.R.B.C = \frac{\text{Ingresos Deflactados}}{\text{Inversión del Proyecto}}$$

$$T.R.B.C = \frac{645.150,72}{157.931,10} = 4,09$$

La tasa de rendimiento beneficio costo es mayor que uno, lo que significa que tendremos un adecuado retorno de los ingresos.

5.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son iguales a la suma de los costos fijos y variables. De acuerdo al volumen de ventas, se puede establecer el punto de equilibrio con la utilización de la siguiente formula:

$$P.E. = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costos Fijos}}{MC}$$

Para lo cual utilizamos los siguientes datos:

Inversión Fija= 150.530,68

Cuadro No. 113.

Datos para el Cálculo del Punto de Equilibrio

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES		Ingresos		
				Plato Típico	P.V.U.	Cantidad
Gastos Administrativos	14.518,77	M.P.D	12.779,74	Cuy Frito	14,00	1.276
Gastos de Venta	895,00	M.O.D	32.132,64	Fritada	3,50	6.125
Gastos de Depreciación	7.584,55	C.I.F.	16.294,92	Hornado	1,50	3.425
Gastos de Constitución	391,00	TOTAL COSTOS VARIABLES	61.207,30	Caldo de Gallina de Campo	3,00	2.321
Gastos Financieros	9.120,52			Bebidas	5,55	21.729,60
TOTAL COSTOS FIJOS	32.509,83			TOTAL	27,55	34.877

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

$$C.V.U. = \frac{61.207,30}{34.877} = 1,76$$

Plato Típico	P.V.U.	C.V.U.	%
Cuy Frito	14,00	0,89	50,82%
Fritada	3,50	0,22	12,70%
Hornado	1,50	0,10	5,44%
Caldo de Gallina de Campo	3,00	0,19	10,89%
Otros Ingresos	5,55	0,35	20,15%
TOTAL	27,55	1,75	100

$$M.C. = ((14 - 0,89) * 50,82\% + (3,50 - 0,22) * 12,70\% + (1,50 - 0,10) * 5,44\% + (3,00 - 0,19) * 10,89\% + (5,55 - 0,35) * 20,15\%)$$

M.C.= 8,51

$$P.E. = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costos Fijos}}{M.C.}$$

$$P.E. = \frac{150.530,68 + 32.509,83}{8,51} = 21.517$$

El punto de Equilibrio indica que la microempresa necesita vender a 21.517 platos típicos, para comenzar a recuperar su inversión.

5.8. Análisis de Sensibilidad

Consiste en el análisis de los efectos que los cambios de las ventas, los costos y otros elementos, pueden ejercer en la rentabilidad de un proyecto. Se consideraron las ciertas variaciones y se obtuvieron los siguientes resultados:

- **Escenario Positivo**

Para analizar la sensibilidad del proyecto se propone un incremento del 5% en el precio de venta de los platos típicos sin cambiar las demás variables, mostrándose los siguientes cambios en los estados financieros de la microempresa.

5.8.1. Estado de Resultados Integrales Proyectado

Para la elaboración del estado de resultados integrales se consideró lo expuesto en el Art. 9.1 de la Ley de régimen tributario interno en el que menciona que gozará de una exoneración del pago del impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva contados desde el primer año en que se generen ingresos atribuibles.

Cuadro No. 114.
CENTRO GASTRONÓMICO LA TRADICIÓN CÍA. LTDA.
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES
(Expresada en dólares de los Estados Unidos de América)

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO PROYECTADO DE VENTAS	85.866,97	122.897,86	176.427,43	252.640,38	359.796,41
Cuy Frito	18.762,84	32.286,21	52.580,84	82.320,84	125.104,10
Fritada	22.509,42	36.296,48	56.008,91	83.790,99	122.490,03
Hornado	5.394,79	8.393,09	12.535,46	18.202,22	25.891,29
Caldo de Gallina de Campo	7.311,84	12.320,80	19.733,00	30.476,58	45.796,21
Otros Ingresos (bebidas, desechos)	31.888,08	33.601,28	35.569,21	37.849,74	40.514,79
MENOS COSTO DE PRODUCCIÓN	72.382,30	78.508,01	82.574,22	86.585,78	91.136,18
Cuy Frito	12.359,61	13.420,17	14.281,51	15.137,34	16.056,34
Fritada	25.622,75	28.125,55	29.664,33	31.173,31	32.924,31
Hornado	14.443,08	15.354,36	15.731,47	16.098,41	16.590,45
Caldo de Gallina de Campo	8.781,86	10.131,20	11.110,32	12.071,89	13.133,42
Otros Costos	11.175,00	11.476,73	11.786,60	12.104,83	12.431,67
IGUAL UTILIDAD/ PERDIDA EN VENTAS	13.484,67	44.389,84	93.853,21	166.054,60	268.660,23
(-) GASTOS OPERACIONALES Y FINANCIEROS	32.509,83	32.566,98	32.012,23	31.490,08	30.774,85
Gastos Administrativos	14.518,77	16.421,87	17.476,73	18.650,72	19.904,99
Gasto de Ventas	895,00	919,17	943,98	969,47	995,65
Gasto de Depreciaciones	7.584,55	7.584,55	7.584,55	7.668,98	7.668,98
Gasto de Constitución	391,00	-	-	-	-
Gasto Financiero	9.120,52	7.641,40	6.006,96	4.200,91	2.205,23
IGUAL UTILIDAD / PÉRDIDA OPERACIONAL PROYECTADA	-19.025,16	11.822,87	61.840,98	134.564,51	237.885,38
MENOS 15% PARTICIP. LABORAL		1.773,43	9.276,15	20.184,68	35.682,81
IGUAL UTILIDAD / PÉRDIDA OPERACIONAL PROYECTADA	-19.025,16	10.049,44	52.564,84	114.379,83	202.202,57

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

5.8.2. Estado de Flujo de Caja

Cuadro No. 115.

CENTRO GASTRONÓMICO LA TRADICIÓN CÍA. LTDA.

ESTADO DE FLUJO DE CAJA

(Expresada en dólares de los Estados Unidos de América)

DETALLE	AÑO 0	1	2	3	4	5
INVERSIÓN INICIAL	-157.931,10					
INGRESOS						
Utilidad neta proyectada		-19.025,16	10.049,44	52.564,84	114.379,83	202.202,57
Depreciación		7.584,55	7.584,55	7.584,55	7.668,98	7.668,98
Valor de Rescate						9.088,65
TOTAL INGRESOS		-11.440,61	17.633,98	60.149,38	122.048,81	218.960,21
EGRESOS						
Pago del capital de la deuda		14.086,90	15.566,03	17.200,46	19.006,51	21.002,20
Compra de Activo Fijo					1779,93	
TOTAL EGRESOS		14.086,90	15.566,03	17.200,46	20.786,44	21.002,20
FLUJO NETO		-25.527,52	2.067,95	42.948,92	101.262,38	197.958,01

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

5.8.3. Valor Actual Neto

$$\begin{aligned}
 V.A.N. = & -157.931,10 + \frac{-25.527,52}{(1 + 0,1140)^1} + \frac{2.067,95}{(1 + 0,1140)^2} + \frac{42.948,92}{(1 + 0,1140)^3} \\
 & + \frac{101.262,38}{(1 + 0,1140)^4} + \frac{197.958,01}{(1 + 0,1140)^5}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 V.A.N. = & -157.931,10 + (-22.914,40) + (1.666,25) + 31.063,61 \\
 & + 65.742,73 + 115.364,60
 \end{aligned}$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + 190.922,79$$

$$V.A.N. = 32.991,69$$

5.8.4. Tasa Interna de Retorno

Para calcular la Tasa Interna de Retorno se utilizará una tasa de descuento para obtener un V.A.N. positivo y un V.A.N. negativo.

V.A.N. Positivo 11,40%

$$V.A.N. = -157.931,10 + \frac{-25.527,52}{(1 + 0,1140)^1} + \frac{2.067,95}{(1 + 0,1140)^2} + \frac{42.948,92}{(1 + 0,1140)^3} \\ + \frac{101.262,38}{(1 + 0,1140)^4} + \frac{197.958,01}{(1 + 0,1140)^5}$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + (-22.914,40) + (1.666,25) + 31.063,61 \\ + 65.742,73 + 115.364,60$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + 190.922,79$$

$$V.A.N. = 32.991,69$$

• **V.A.N. Negativo 16%**

$$V.A.N. = -157.931,10 + \frac{-25.527,52}{(1 + 0,16)^1} + \frac{2.067,95}{(1 + 0,16)^2} + \frac{42.948,92}{(1 + 0,16)^3} \\ + \frac{101.262,38}{(1 + 0,16)^4} + \frac{197.958,01}{(1 + 0,16)^5}$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + (-22.006,48) + (1.536,83) + 27.515,55 \\ + 55.926,31 + 94.250,39$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + 157.922,59$$

$$V.A.N. = -708,51$$

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

$$T.I.R. = 0,1140 + (0,16 - 0,1140) * \frac{32.991,69}{(32.991,69 - (-708,51))}$$

$$T.I.R. = 0,1140 + (0,046) * 0,9790$$

$$T.I.R. = 0,1140 + 0,0178$$

$T.I.R. = 15,90\%$

5.8.5. Relación Costo/Beneficio

Cuadro No. 116.

Ingresos y Egresos Actualizados

Años	Ingresos	Egresos	Factor 11,40 (1+r)^n	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	85.866,97	93.717,13	1,11	77.077,22	84.123,80
2	122.897,86	99.598,26	1,24	99.024,83	80.251,21
3	176.427,43	102.799,85	1,38	127.604,44	74.351,92
4	252.640,38	105.971,03	1,54	164.022,09	68.799,73
5	359.796,41	109.479,36	1,72	209.679,67	63.801,63
TOTAL	997.629,05	511.565,64		677.408,25	371.328,29

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

$$C/B = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$C/B = \frac{677.408,25}{371.328,29}$$

$$\frac{C}{B} = 1,82$$

5.8.6. Tasa de Rendimiento Beneficio Costo

Cuadro No. 117.

Tasa de Rendimiento Beneficio Costo

AÑO	INGRESOS	FACTOR	INGRESOS DEFLACTADOS
1	85.866,97	1,11	77.077,22
2	122.897,86	1,24	99.024,83
3	176.427,43	1,38	127.604,44
4	252.640,38	1,54	164.022,09
5	359.796,41	1,72	209.679,67
TOTAL			677.408,25

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

$$T.R.B.C. = \frac{\text{Ingresos Deflactados}}{\text{Inversión del Proyecto}}$$

$$T.R.B.C. = \frac{677.408,25}{157.931,10} = 4,29$$

- **Escenario Negativo**

Para analizar un posible escenario negativo se propone una reducción del 5% en el precio sin cambiar las demás variables, generando los siguientes efectos en los resultados de las actividades.

5.8.7. Estado de Resultados Integrales Proyectado

Cuadro No. 118.

CENTRO GASTRONÓMICO LA TRADICIÓN CÍA. LTDA.

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

(Expresada en dólares de los Estados Unidos de América)

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO PROYECTADO DE VENTAS	77.689,17	111.193,30	159.624,82	228.579,39	325.530,09
Cuy Frito	16.975,91	29.211,33	47.573,14	74.480,76	113.189,42
Fritada	20.365,66	32.839,67	50.674,73	75.810,90	110.824,31
Hornado	4.881,00	7.593,75	11.341,61	16.468,68	23.425,45
Caldo de Gallina de Campo	6.615,48	11.147,39	17.853,67	27.574,05	41.434,66
Otros Ingresos (bebidas, desechos)	28.851,12	30.401,16	32.181,67	34.245,00	36.656,23
MENOS COSTO DE PRODUCCIÓN	72.382,30	78.508,01	82.574,22	86.585,78	91.136,18
Cuy Frito	12.359,61	13.420,17	14.281,51	15.137,34	16.056,34
Fritada	25.622,75	28.125,55	29.664,33	31.173,31	32.924,31
Hornado	14.443,08	15.354,36	15.731,47	16.098,41	16.590,45
Caldo de Gallina de Campo	8.781,86	10.131,20	11.110,32	12.071,89	13.133,42
Otros Costos	11.175,00	11.476,73	11.786,60	12.104,83	12.431,67
IGUAL UTILIDAD/ PERDIDA EN VENTAS	5.306,87	32.685,29	77.050,60	141.993,61	234.393,90
(-) GASTOS OPERACIONALES Y FINANCIEROS	32.509,83	32.566,98	32.012,23	31.490,08	30.774,85
Gastos Administrativos	14.518,77	16.421,87	17.476,73	18.650,72	19.904,99
Gasto de Ventas	895,00	919,17	943,98	969,47	995,65
Gasto de Depreciaciones	7.584,55	7.584,55	7.584,55	7.668,98	7.668,98
Gasto Amortización	391,00	-	-	-	-
Gasto Financiero	9.120,52	7.641,40	6.006,96	4.200,91	2.205,23
IGUAL UTILIDAD / PÉRDIDA OPERACIONAL PROYECTADA	-27.202,97	118,31	45.038,37	110.503,52	203.619,06
MENOS 15% PARTICIP. LABORAL		17,75	6.755,76	16.575,53	30.542,86
IGUAL UTILIDAD / PÉRDIDA OPERACIONAL PROYECTADA	-27.202,97	100,56	38.282,61	93.927,99	173.076,20

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

Nota: Según el Art. 9.1 de la Ley de régimen tributario interno menciona que gozará de una exoneración del pago del impuesto a la renta por cinco

años para toda inversión nueva contados desde el primer año en que se generen ingresos atribuibles.

5.8.8. Estado de Flujo de Caja

Cuadro No. 119.
CENTRO GASTRONÓMICO LA TRADICIÓN CÍA. LTDA.
ESTADO DE FLUJO DE CAJA
(Expresada en dólares de los Estados Unidos de América)

DETALLE	AÑO 0	1	2	3	4	5
INVERSIÓN INICIAL	-157.931,10					
INGRESOS						
Utilidad neta proyectada		-27.202,97	100,56	38.282,61	93.927,99	173.076,20
Depreciación		7.584,55	7.584,55	7.584,55	7.668,98	7.668,98
Valor de Rescate						9.088,65
TOTAL INGRESOS		-19.618,42	7.685,11	45.867,16	101.596,97	189.833,83
EGRESOS						
Pago del capital de la deuda		14.086,90	15.566,03	17.200,46	19.006,51	21.002,20
Compra de Activo Fijo					1779,93	
TOTAL EGRESOS		14.086,90	15.566,03	17.200,46	20.786,44	21.002,20
FLUJO NETO		-33.705,33	-7.880,92	28.666,70	80.810,54	168.831,63

Fuente: Investigación Propia
 Elaboración: Las autoras

5.8.9. Valor Actual Neto 11,40%

$$V.A.N. = -157.931,10 + \frac{-33.705,33}{(1 + 0,1140)^1} + \frac{-7.880,92}{(1 + 0,1140)^2} + \frac{28.666,70}{(1 + 0,1140)^3} + \frac{80.810,54}{(1 + 0,1140)^4} + \frac{168.831,63}{(1 + 0,1140)^5}$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + (-30.255,09) + (-6.350,04) + 20.733,73 + 52.464,75 + 98.390,53$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + 134.983,87$$

$$V.A.N. = -22.947,23$$

5.8.10. Tasa Interna de Retorno

Para calcular la Tasa Interna de Retorno se utilizará una tasa de descuento para obtener un V.A.N. positivo y un V.A.N. negativo.

- **V.A.N. (11,40%)**

$$V.A.N. = -157.931,10 + \frac{-33.705,33}{(1 + 0,1140)^1} + \frac{-7.880,92}{(1 + 0,1140)^2} + \frac{28.666,70}{(1 + 0,1140)^3} \\ + \frac{80.810,54}{(1 + 0,1140)^4} + \frac{168.831,63}{(1 + 0,1140)^5}$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + (-30.255,09) + (-6.350,04) + 20.733,73 \\ + 52.464,75 + 98.390,53$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + 134.983,87$$

$$V.A.N. = -22.947,23$$

- **V.A.N. (9%)**

$$V.A.N. = -157.931,10 + \frac{-33.705,33}{(1 + 0,09)^1} + \frac{-7.880,92}{(1 + 0,09)^2} + \frac{28.666,70}{(1 + 0,09)^3} \\ + \frac{80.810,54}{(1 + 0,09)^4} + \frac{168.831,63}{(1 + 0,09)^5}$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + (-30.922,32) + (-6.633,21) + 22.135,95 \\ + 57.248,22 + 109.728,98$$

$$V.A.N. = -157.931,10 + 151.557,62$$

$$V.A.N. = -6.373,48$$

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

$$T.I.R. = 0,1140 + (0,09 - 0,1140) * \frac{-22.947,23}{(-22.947,23 - (-6.373,48))}$$

$$T.I.R. = 0,1140 + (-0,024) * 1,3846$$

$$T.I.R. = 0,1140 + (-0.0332)$$

$$T.I.R. = 8,08\%$$

En el caso de que los precios disminuyeran en un 5% la creación del centro gastronómico no es factible ya que el T.I.R. es inferior a la tasa de redescuento.

5.8.11. Relación Costo/Beneficio

Cuadro No. 120.

Ingresos y Egresos Actualizados

Años	Ingresos	Egresos	Factor 11.40 (1+r)^n	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	77.689,17	93.717,13	1,11	69.736,53	84.123,80
2	111.193,30	99.598,26	1,24	89.593,89	80.251,21
3	159.624,82	102.799,85	1,38	115.451,64	74.351,92
4	228.579,39	105.971,03	1,54	148.400,94	68.799,73
5	325.530,09	109.479,36	1,72	189.710,17	63.801,63
TOTAL	902.616,76	511.565,64		612.893,18	371.328,29

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las autoras

$$C/B = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$C/B = \frac{612.893,18}{371.328,29}$$

$$\frac{C}{B} = 1,65$$

5.8.12. Tasa de Rendimiento Beneficio Costo

Cuadro No. 121.

Tasa de Rendimiento Beneficio Costo

AÑO	INGRESOS	FACTOR	INGRESOS DEFLACTADOS
1	77.689,17	1,11	69.736,53
2	111.193,30	1,24	89.593,89
3	159.624,82	1,38	115.451,64
4	228.579,39	1,54	148.400,94
5	325.530,09	1,72	189.710,17
TOTAL			612.893,18

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

$$T.R.B.C = \frac{\text{Ingresos Deflactados}}{\text{Inversión del Proyecto}}$$

$$T.R.B.C = \frac{612.893,18}{157.931,10} = 3,88$$

5.8.13. Análisis Comparativo de los Escenarios del Proyecto

Cuadro No. 122.

Análisis Comparativo

	V.A.N.	C/B	T.I.R.	T.R.B.C
INCREMENTO DEL 5%	32.991,69	1,82	15,90%	4,29
PRECIO NORMAL	5.022,23	1,74	12,10%	4,09
DISMINUCIÓN DEL 5%	-22.947,23	1,65	8,08%	3,88

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las autoras

El análisis de sensibilidad determina que el proyecto, en las condiciones dadas es demasiado sensible a los cambios en el precio y por ende en los costos (ya que los costos están en función directa con los precios). Sin embargo un incremento en los precios produciría una mayor rentabilidad para la microempresa.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ESTRATÉGICA

6.1. La Microempresa

6.1.1. Nombre o Razón Social

La razón social con la cual va a funcionar la microempresa, para realizar todas sus transacciones comerciales y actividades económicas, se determinará con el acuerdo y consentimiento de los asociados.

El Centro Gastronómico de comida tradicional que se va a constituir se denominará “CENTRO GASTRONÓMICO LA TRADICIÓN” el mismo que estará localizado en la panamericana norte en la calle Cevallos Cazar junto a Artecua, esta microempresa se constituye como compañía de responsabilidad limitada porque existe 3 socias y el capital va a estar constituido por aportaciones.

6.2. Titularidad de Propiedad de la Microempresa

6.2.1. Constitución

La microempresa se constituye como compañía de responsabilidad limitada, dedicada a la producción y comercialización de platos típicos; estará sujeta a cumplir con todas las obligaciones legales que se describe a continuación:

- **Minuta de Constitución**

Documento que se redacta por un abogado que establece el pacto social, incluye:

- Estatutos.

- Designación de representantes.
- Duración de los cargos.

- **Escritura Pública**

Documento que realiza un notario público en el que se incluye o inserta, la minuta de constitución y los estatutos. Se le conoce también como testimonio de constitución.

CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA.

OTORGADO POR:

A FAVOR DE: VANESSA GALINDO, YOLANDA IMBAQUINGO, ANA ARIAS.

EL: 21 DE JULIO DEL 2013

CIUDAD: IBARRA

CUANTÍA:

DE MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.-

Intervienen en el otorgamiento de esta escritura las señoritas.

APELLIDOS Y NOMBRES	No. CÉDULA	DOMICILIO	ESTADO CÍVIL
Galindo Terán Vanessa Lorena	1004138341	ATUNTAQUI	SOLTERA
Imbaquingo Collaguazo Carmen Yolanda	1004018899	CHALTURA	SOLTERA
Arias Días Ana Elisa	1001618048	ATUNTAQUI	SOLTERA

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

Título I

Del nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1°.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es: CENTRO GASTRONÓMICO LA TRADICIÓN CÍA. LTDA.

Artículo 2°.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es la parroquia de Natabuela. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3°.- Objeto.- El objeto de la compañía consiste en: ACTIVIDADES GASTRONÓMICAS

Para el cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4°.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de 50 AÑOS, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado o, podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

Título II

Del Capital

Artículo 5°.- Capital y participaciones.- El capital social es de \$71.069,00 (Setenta y un mil sesenta y nueve dólares americanos), dividido en 12 participaciones sociales de \$5.922,42, (Cinco mil novecientos veinte y dos con cuarenta y dos dólares americanos) de valor nominal cada una.

Título III

Del gobierno y de la administración

Artículo 6°.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y al presidente.

Artículo 7°.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8°.- Quórum de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de más del 50% del capital social. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los socios presentes.

Artículo 9°.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital social concurrente a la reunión.

Artículo 10°.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía de responsabilidad limitada.

Artículo 11°.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 12°.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período de 2 (dos) años, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a)** Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas.
- b)** Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio.
- c)** Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 13°.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un período de 2 (dos) años, a cuyo término podrá ser

reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a)** Convocar a las reuniones de junta general.
- b)** Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas.
- c)** Suscribir con el presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio.
- d)** Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías.
- e)** Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

Título IV

Disolución y liquidación

Artículo 14°.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley.

CUARTA.- APORTES.- El capital de participaciones está determinado de la siguiente manera:

Nombres socias	Capital suscrito	Capital pagado		Capital por pagar	Participaciones
		Numerarlo (dinero)	Especies (muebles o inmuebles)		
Galindo Terán Vanessa Lorena	\$ 23.689,665	\$ 20.689,67	\$ 3.000,00		4
Imbaquingo Collaguazo Carmen Yolanda	\$ 23.689,665	\$ 19.689,67	\$ 4.000,00		4
Arias Días Ana Elisa	\$ 23.689,67	\$ 19.689,67	\$ 4.000,00		4
TOTALES:	\$ 71.069,00	\$ 60.069,00	\$ 11.000,00		

QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para los períodos señalados en los artículos 12° y 13° del estatuto, se designa como presidente de la compañía a : Galindo Terán Vanessa Lorena, y como gerente de la misma a : Imbaquingo Collaguazo Carmen Yolanda respectivamente.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Los contratantes acuerdan autorizar al doctor José María Borja Gallegos para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento. Usted, señor notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

Dr. FERNANDO POLO ELMIR

Reg. C.A.P. 6.678

Se otorgó ante mí; en fe de ello confiero esta primera COPIA CERTIFICADA, de la constitución de la compañía CENTRO GASTRONÓMICO LA TRADICIÓN CÍA. LTDA, sellada y firmada en Ibarra, veinte y dos de agosto del dos mil trece.

- **Inscripción en el Registro Mercantil**

El notario, luego de que la escritura pública ha sido suscrita por los asociados, envía a los registros públicos para su debida inscripción.

- **Obtención del R.U.C.**

Inscrita la sociedad, se procede a solicitar el R.U.C. al Servicios de Rentas Internas S.R.I.

6.3. Base Filosófica

6.3.1. Misión

Satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros clientes, ofreciendo alimentos y servicios con la más alta calidad, donde se cumplan las expectativas de nuestros clientes y sea un espacio de trabajo que permita la realización personal y el desarrollo de sus colaboradores en el grupo.

Tomando como estrategia principal el mejoramiento continuo de los estrictos estándares de higiene y buen servicio en un ambiente seguro, agradable y familiar a un precio justo y que permita la preservación del medio ambiente.

6.3.2. Visión

El Centro Gastronómico La Tradición para el año 2018 será el mejor local de comida típica a nivel Regional, ofreciendo servicios y productos de excelencia a sus clientes; brindando posibilidades de desarrollo a su personal, y dando un trato justo a sus proveedores, logrando los estándares de calidad que nos permitan competir al más alto nivel del entorno.

6.3.3. Principios y Valores

Principios

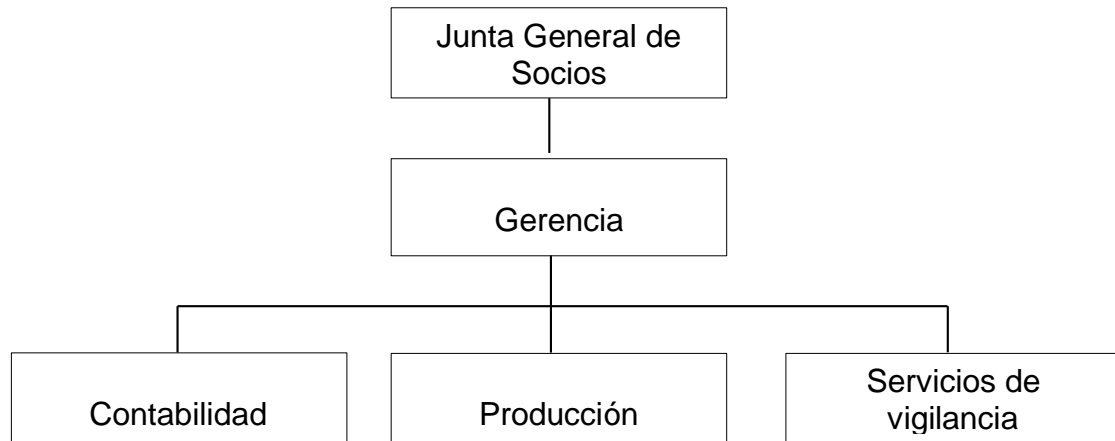
- **Calidad.-** Máxima calidad y seguridad en los productos que se verifica a lo largo de todas las fases de producción y selección de productos, desde los ingredientes hasta la preparación en el local.
- **Valor.-** Es el concepto equivalente de la mejor relación calidad-precio.
- **Servicio.-** El cliente es siempre lo más importante y el objetivo es conseguir en todo momento el 100% de su satisfacción. La rapidez en el servicio, el trato amable y personal y la constante adaptación a los gustos del cliente son los medios para conseguirlo.
- **Limpieza.-** El Centro Gastronómico presta una atención permanente a la limpieza e higiene de sus instalaciones.

Valores

- **Integridad.-** Responsabilidad y honestidad para ofrecer selectos productos y otorgar servicios de calidad.
- **Compromiso.-** Cumplimiento en la realización de nuestra labor acorde con las características de calidad para la satisfacción del cliente.
- **Innovación.-** Creatividad reflejada en nuestros procesos, productos y servicios, actualización constante en la preparación de los platos típicos para superar consistentemente las expectativas.
- **Pro actividad.-** Desempeño dinámico y creativo de respuestas rápidas y efectivas para hacer que las cosas sucedan de acuerdo a nuestros principios.
- **Profesionalismo.-** Capacitación constante para un perfeccionamiento continuo que nos permita generar resultados óptimos.
- **Respeto.-** Convivencia laboral y con personal externo de acuerdo a las reglas establecidas para el aseguramiento de un clima de armonía integral.

6.4. La Organización

6.4.1. Organigrama Estructural



Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las Autoras

6.4.2. Manual de Funciones

Descripción de perfiles y funciones del personal

El análisis de cargos es indispensable ya que luego de conocer el organigrama debemos conocer las funciones, requerimientos mínimos y demás aspectos de los cargos que se van a crear con la microempresa.

MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO

LA TRADICIÓN

Nombre del Puesto: Gerente General.

Área de Trabajo - Departamento: Administración

Localización: Natabuela, Panamericana Norte y Calle Cevallos Cazar

Descripción del Puesto:

En un ámbito de coordinación con la asamblea General de Socios deberá dirigir, organizar, controlar y planificar el curso operacional de la microempresa para su correcto desarrollo.

Es el encargado de manejar y conocer las actividades administrativas, ya que ocupa el segundo nivel jerárquico en el organigrama estructural.

Tareas a Desarrollar

- ❖ Representar a la microempresa judicial y extrajudicialmente.
- ❖ Controlar todas las posiciones gerenciales.
- ❖ Dirigir a los subalternos.
- ❖ Planear y desarrollar metas y estrategias a corto y largo plazo junto con objetivos anuales.
- ❖ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se estén llevando correctamente.
- ❖ Autorizar órdenes de compra
- ❖ Selección de personal.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Ingeniería Comercial o Administración de Empresas.

Experiencia: Mínimo dos años de desempeño del cargo

Habilidades:

- ❖ Capacidad para analizar problemas mediante el uso de herramientas y técnicas de esa especialidad.
- ❖ Capacidad para relacionarse con otras personas y trabajar en grupos hacia el logro de objetivos comunes.
- ❖ El gerente debe administrar el talento humano para obtener de sus trabajadores la conducta y el rendimiento esperados por la organización.

Ética

Los gerentes deben inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

Responsabilidades y Roles del Gerente:

- ❖ Roles interpersonales, asociados con la interacción del gerente con otros miembros de la organización.
- ❖ Representar a la organización tanto interna como externamente.
- ❖ Motivar y retroalimentar a los trabajadores
- ❖ Roles informativos relacionados con la recepción, procesamiento y transmisión de información.
- ❖ Roles decisorios, vinculados con la toma de decisiones.
- ❖ Genera iniciativas para adaptar la organización o unidad que dirige a las cambiantes condiciones del entorno.
- ❖ Distribuidor de recursos: asigna recursos de distinta naturaleza al interior de la organización o unidad.

Supervisión Recibida:

Deberá reportarse y recibirá supervisión a los directivos de la microempresa.

Condiciones de Trabajo

El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecido.

MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO

LA TRADICIÓN

Nombre del Puesto: Contador

Área de trabajo - Departamento: Financiero

Localización: Natabuela, Panamericana Norte y Calle Cevallos Cazar

Descripción del Puesto:

El puesto de Contador es un puesto de alta confianza ya que sus funciones son básicamente de apoyo a la dirección de la microempresa, ya que está encargado del registro y control de todas las operaciones contables acorde con las necesidades operativas de la microempresa.

Debido a sus funciones las aptitudes comprenden básicamente las de una persona, de alto nivel de responsabilidad, de experiencia y de buen nivel profesional-académico.

Tareas a Desarrollar

- ❖ Manejo del sistema contable empleado.
- ❖ Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera.
- ❖ Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios.
- ❖ Desembolsar los pagos por todo concepto que efectúe la microempresa, emitir el respectivo comprobante de retención en la fuente al proveedor.
- ❖ Registrar contablemente; las facturas por pagar o cuentas de cobro, ingresos por ventas, depósitos y retiro de valores recibidos o desembolsados.
- ❖ Realizar conciliaciones bancarias.
- ❖ Contabilizar y costear inventarios.
- ❖ Contabilizar y efectuar la planilla de pago, nómina o roles a los empleados y la planilla de aportaciones al I.E.S.S.

- ❖ Preparar y presentar las declaraciones tributarias respectivas al S.R.I. con su debido pago.
- ❖ Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.
- ❖ Elaborar y presentar informes sobre la situación financiera y su análisis de Estados Financieros del Centro Gastronómico La Tradición para la toma de decisiones.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Ingeniero, Contador Público Autorizado C.P.A.

Experiencia: Dos años en el cargo de Contador.

Aptitudes y Habilidades:

- ❖ Conocimientos del puesto relacionado directamente con la experiencia y el giro del negocio.
- ❖ Conocimiento y aplicación de Normas de Contabilidad actualizadas N.I.I.F.S. y leyes pertinentes.
- ❖ Gran capacidad de coordinación para llevar a cabo acciones conjuntas con la gerencia.
- ❖ Manejo de paquetes utilitarios y sistemas contables.
- ❖ Capacidad numérica.
- ❖ Alto grado de capacidad de juicio ya que debe considerar diversos factores contables

Ética:

- ❖ Cumplir con lo establecido en el código de ética del Contador.
- ❖ Confidencialidad con la información contable.
- ❖ Transparencia en sus actividades.
- ❖ Honradez y Disciplina tiene que ver básicamente valores de orden personal; pero, que se consideran realmente indispensables en los puesto de confianza

Responsabilidades:

- ❖ Correcto manejo de la información contable.

- ❖ Operación de equipos (computadoras), uso de materiales (formatos, facturación y libros contables) y mantenimiento integral (respecto del sistema empleado).

Supervisión Recibida:

El cargo de Contador depende funcional y jerárquicamente del Gerente. Le reporta al Gerente, a los Directivos que lo requieran, al Estado en materia impositiva y a los organismos de Control respectivos.

Condiciones de Trabajo

Cumplir con lo estipulado en el contrato laboral y con las políticas internas de la microempresa así como las normas técnicas y legales de la profesión. La microempresa dotará de adecuados materiales de trabajo, un agradable ambiente de trabajo sobre todo a nivel de personal, equipamiento y acondicionamiento del lugar donde realiza el trabajo.

MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO

LA TRADICIÓN

Nombre del Puesto: Cajero

Área de trabajo - Departamento: Financiero

Localización: Natabuela, Panamericana Norte y Calle Cevallos Cazar

Descripción del Puesto:

El puesto de cajero posee una serie de características muy importantes en sí es uno de los más importantes de la institución, por su alta responsabilidad, por su grado de confianza y en cierta medida por los riesgos que este de por si implica.

Efectúa actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo a fin de lograr la recaudación de los ingresos percibidos por la venta de los platos típicos.

Tareas a Desarrollar

- ❖ Recibir los pedidos en el restaurante
- ❖ Cobrar por los servicios entregados
- ❖ Ayudar en el buen funcionamiento del restaurante

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Bachiller en Contabilidad

Experiencia: Un año en cargos similares.

Aptitudes y Habilidades:

- ❖ Sentido de Colaboración.
- ❖ Buen manejo de sus relaciones interpersonales.
- ❖ Organizada.
- ❖ Habilidad numérica.
- ❖ Paciente.

- ❖ Capacidad para trabajar bajo presión.
- ❖ Capacidad de concentración.

Ética:

- ❖ Confidencialidad con la información.
- ❖ Transparencia en sus actividades.
- ❖ Honradez y Disciplina

Responsabilidades:

- ❖ Correcto manejo de los registros.
- ❖ Uso adecuado de los materiales y equipos.

Supervisión Recibida:

El cajero depende funcional y jerárquicamente del Gerente y Contador.

Condiciones de Trabajo

Cumplir con lo estipulado en el contrato laboral y con las políticas internas de la microempresa así como las normas técnicas y legales de la profesión. La microempresa dotará de adecuados materiales de trabajo, un agradable ambiente de trabajo sobre todo a nivel de personal, equipamiento y acondicionamiento del lugar donde realiza el trabajo.

MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO

LA TRADICIÓN

Nombre del Puesto: Jefe de Cocina

Área de trabajo - Departamento: Producción

Localización: Natabuela, Panamericana Norte y Calle Cevallos Cazar

Descripción del Puesto:

El Jefe de cocina es el encargado de gestionar, supervisar y controlar todo el trabajo propio de la cocina, y tiene como subordinados a todo el equipo de la cocina.

Tareas a Desarrollar

- ❖ Coordinar con el departamento de comercialización lo necesario para la producción de servicios.
- ❖ Formular, junto con el gerente, las políticas, normas y procedimientos administrativos, relacionados con las compras, el almacenaje, y el mantenimiento de la planta física.
- ❖ Supervisar y controlar las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Formación profesional en Hotelería y Turismo

Experiencia: Dos años en el cargo.

Aptitudes y Habilidades:

- ❖ Capacidad de trabajo en equipo.
- ❖ Vocación de servicio
- ❖ Capacidad organizativa.
- ❖ Capacidad para resolver problemas.
- ❖ Discreción y honestidad comprobadas.

- ❖ Habilidad expresiva para explicar los procesos que se van a emplear para la producción de los platos típicos.

Ética:

- ❖ Confidencialidad con la información.
- ❖ Transparencia en sus actividades.
- ❖ Honradez y Disciplina

Responsabilidades:

- ❖ Uso adecuado de todos los recursos de la microempresa
- ❖ Planificar y organizar el área de cocina

Supervisión Recibida:

El cargo de Jefe de cocina depende funcional y jerárquicamente del Gerente.

Condiciones de Trabajo

Cumplir con lo estipulado en el contrato laboral y con las políticas internas de la microempresa así como las normas técnicas y legales de la profesión. La microempresa dotará de adecuados materiales de trabajo, un agradable ambiente de trabajo sobre todo a nivel de personal, equipamiento y acondicionamiento del lugar donde realiza el trabajo.

MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO

LA TRADICIÓN

Nombre del Puesto: Ayudante de Cocina

Área de trabajo - Departamento: Producción

Localización: Natabuela, Panamericana Norte y Calle Cevallos Cazar

Descripción del Puesto:

El puesto de ayudantes de cocina tiene como principal función ejecutar las responsabilidades y tareas asignadas, mostrando la máxima eficiencia en la preparación y manipulación de alimentos, ajustándose a los tiempos y procedimientos preestablecidos.

Tareas a Desarrollar

- ❖ Colaborar con el jefe de cocina en las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios con respecto a productos destinados para su área de trabajo
- ❖ Ayudar en el desarrollo de los menús que sean solicitados por los clientes.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Estudios en el área de Gastronomía

Experiencia: Un año en el cargo.

Aptitudes y Habilidades:

- ❖ Capacidad de trabajo en equipo.
- ❖ Vocación de servicio
- ❖ Capacidad organizativa.
- ❖ Capacidad para resolver problemas.
- ❖ Discreción y honestidad comprobadas.

Ética:

- ❖ Confidencialidad con la información.
- ❖ Transparencia en sus actividades.
- ❖ Honradez y Disciplina

Responsabilidades:

- ❖ Uso adecuado de todos los recursos de la microempresa.
- ❖ Mantener la cocina en perfecto orden.

Supervisión Recibida:

El cargo de ayudante de cocina depende funcional y jerárquicamente del jefe de cocina y del gerente.

Condiciones de Trabajo

Cumplir con lo estipulado en el contrato laboral y con las políticas internas de la microempresa así como las normas técnicas y legales de la profesión. La microempresa dotará de adecuados materiales de trabajo, un agradable ambiente de trabajo sobre todo a nivel de personal, equipamiento y acondicionamiento del lugar donde realiza el trabajo.

MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO

LA TRADICIÓN

Nombre del Puesto: Mesero

Área de trabajo - Departamento: Producción

Localización: Natabuela, Panamericana Norte y Calle Cevallos Cazar

Descripción del Puesto:

El puesto de mesero tiene como principal función colaborar con el jefe de cocina y cajero en todo lo que ellos requieran.

Además tiene como oficio atender a los clientes, proporcionándoles alimentos, bebidas, y asistencia durante la estancia en el local.

Tareas a Desarrollar

- ❖ Brindar la bienvenida y atención personalizada a clientes
- ❖ Asignar una mesa buscando siempre la comodidad del cliente.
- ❖ Informar al cliente sobre el menú del día.
- ❖ Registrar adecuadamente los pedidos y pasar inmediatamente a cocina.
- ❖ Mantener limpias las mesas y ubicar de manera que se proyecte una buena imagen y ambiente agradable al cliente.
- ❖ Cuidar del aseo integral del local.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Secundaria

Experiencia: Un año en el cargo.

Aptitudes y Habilidades:

- ❖ Capacidad de trabajo en equipo.
- ❖ Vocación de servicio para ofrecer un servicio amable, eficiente y cortés.

- ❖ Capacidad organizativa.
- ❖ Capacidad para resolver problemas.
- ❖ Discreción y honestidad comprobadas.

Ética:

- ❖ Confidencialidad con la información.
- ❖ Transparencia en sus actividades.
- ❖ Honradez y Disciplina

Responsabilidades:

- ❖ Cuidado de los recursos de la microempresa.
- ❖ Mantener el local en perfecto orden.

Supervisión Recibida:

El cargo de mesero depende funcional y jerárquicamente del jefe de cocina y del gerente.

Condiciones de Trabajo

Cumplir con lo estipulado en el contrato laboral y con las políticas internas de la microempresa así como las normas técnicas y legales de la profesión. La microempresa dotará de adecuados materiales de trabajo, un agradable ambiente de trabajo sobre todo a nivel de personal, equipamiento y acondicionamiento del lugar donde realiza el trabajo.

MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO

LA TRADICIÓN

Nombre del Puesto: Guardia

Área de trabajo - Departamento: Servicios de Vigilancia

Localización: Natabuela, Panamericana Norte y Calle Cevallos Cazar

Descripción del Puesto:

El puesto de guardia tiene como principal función velar por la seguridad del establecimiento y del personal.

Tareas a Desarrollar

- ❖ Estar siempre pendiente de la puerta y atender a las personas que ingresan al centro gastronómico.
- ❖ Saludar amigablemente.
- ❖ Estar atento a cualquier calamidad que se presente.
- ❖ Mantener la calma en los momentos que requieran de su supervisión y atención.
- ❖ Estar disponible para cualquier tarea que pueda ser requerido.
- ❖ Realizar las tareas suplementarias que mande la ley y políticas de la microempresa.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Secundaria y provenir de una empresa de seguridad con los permisos necesarios para el buen desarrollo del cargo.

Experiencia: Un año en el cargo.

Aptitudes y Habilidades:

- ❖ Capacidad de trabajo en equipo.
- ❖ Vocación de servicio
- ❖ Capacidad organizativa.
- ❖ Capacidad para resolver problemas.

- ❖ Discreción y honestidad comprobadas.

Ética:

- ❖ Confidencialidad con la información.
- ❖ Transparencia en sus actividades.
- ❖ Honradez y Disciplina

Responsabilidades:

- ❖ Cuidado de los recursos de la microempresa.
- ❖ Mantener la seguridad del centro gastronómico.

Supervisión Recibida:

El cargo de guardia depende funcional y jerárquicamente del gerente.

Condiciones de Trabajo

Cumplir con lo estipulado en el contrato laboral y con las políticas internas de la microempresa así como las normas técnicas y legales de la profesión. La microempresa dotará de adecuados materiales de trabajo, un agradable ambiente de trabajo sobre todo a nivel de personal, equipamiento y acondicionamiento del lugar donde realiza el trabajo.

6.5. Logotipo del Centro Gastronómico



6.6. Estrategias Empresariales

6.6.1. Estrategias Mercadológicas de Posicionamiento

- El Centro Gastronómico ofrecerá espacios recreacionales.
- En el local se dará combos por fechas especiales.
- Para diferenciarse de los demás locales se realizará la mejora continua, para mejorar los procesos en la elaboración de los platos típicos.
- Se cuidará la higiene del lugar y de la manipulación de los alimentos.

6.6.2. Estrategias Operativas

- Ofrecer a los clientes precios accesibles sin afectar la calidad de los productos.
- Se dará un buen servicio a los clientes para que decidan regresar.
- Se aumentará la variedad de platos típicos para ser más competitivos en el mercado.

6.6.3. Estrategias Financieras

- Se realizará la ampliación de la planta conforme sea el incremento de la demanda, a través de una inversión.
- Se conseguirá fuentes de financiamiento que nos permita adquirir las nuevas tecnologías para mejorar los procesos de preparación.

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

El análisis de impactos está presentado de acuerdo con los indicadores esperados de cada área, a los cuales se les ha asignado un nivel, que se indica en la siguiente tabla:

Cuadro No. 123.

Nivel de Impacto

-3	Negativo en el nivel alto
-2	Negativo en el nivel medio
-1	Negativo en el nivel bajo
0	Ni negativo, ni positivo
1	Positivo en el nivel bajo
2	Positivo en el nivel medio
3	Positivo en el nivel alto

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las Autoras

7.1. Impacto Social

Cuadro No. 124.

Impacto Social

Nivel del Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador								
Mejoramiento del servicio al consumidor							X	3
Integración del sector empresarial					X			1
Integración empresa y sociedad						X		2
Calidad de vida de la población							X	3
TOTAL					1	2	6	9
$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{9}{4} = 2,25 = 2$								
Nivel de Impacto Social = Alto Positivo								

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las Autoras

- **Análisis**

Mejoramiento del servicio al consumidor

El impacto en este aspecto es alto positivo ya que el proyecto de creación del centro gastronómico propiciará un mejor servicio a la demanda insatisfecha para el incremento del turismo al sector.

Integración del sector empresarial

Este proyecto constituirá una estrategia para lograr que exista integración del sector empresarial ya que las personas dedicadas a la crianza de cuyes, cerdos y gallinas de la zona serán nuestros principales proveedores, logrando el desarrollo de nuestra microempresa como de las personas dedicadas a esta actividad. El nivel de impacto para este aspecto se lo considerará medio positivo.

Integración empresa y sociedad

La integración empresa y sociedad se desarrollará con la ejecución del proyecto, puesto que se consolidarán convenios de atención de servicios para eventos sociales, empresariales, familiares, entre otros, que incluyen atención a turistas con planes o informales. Tiene por tanto un impacto de medio positivo.

Calidad de vida de la población

El centro gastronómico permitirá mejorar la calidad de vida de la población en todos los sectores, para fortalecer su prestigio no sólo a nivel parroquial, sino cantonal. El proyecto generará un impacto alto positivo.

7.2. Impacto Económico

Cuadro No. 125.

Impacto Económico

Nivel del Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador								
Rentabilidad							X	3
Creación de fuentes de trabajo						X		2
Administración de recursos económicos						X		2
Reinversión							X	3
TOTAL						4	6	10
$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,5 = 3$								
Nivel de Impacto Económico = Alto Positivo								

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las Autoras

• Análisis

Rentabilidad

Esta actividad generará utilidades que permitirán a la organización crecer como empresa y posicionarse en el mercado. El proyecto generará un impacto alto positivo.

Creación de fuentes de trabajo

Con la ejecución del proyecto se creará nuevas alternativas económicas generando fuentes de trabajo en forma directa e indirecta para la elaboración de los platos típicos; como es la adquisición de materias primas e insumos para su preparación, dando oportunidades de ocupación laboral a un buen número de personas garantizando estabilidad laboral, lo que motivará el desarrollo de los procesos productivos, para así mejorar los ingresos en la comunidad y sus condiciones de vida. Se espera alcanzar un nivel medio positivo.

Administración de recursos económicos

El proyecto pretende realizar una buena administración de todos sus recursos con la intención de maximizar la rentabilidad, evitando pérdidas económicas, por lo que se espera que haya un impacto medio positivo.

Reinversión

Para una mejor estabilidad económica de la organización las utilidades generadas por el proyecto se destinarán un porcentaje a la reinversión, esto permitirá el crecimiento de la microempresa, por lo que se espera tener un impacto alto positivo.

7.3. Impacto Empresarial

Cuadro No. 126.

Impacto Empresarial

Nivel del Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador								
Ampliación de la cobertura						X		2
Creatividad						X		2
Cultura de organización y planificación							X	3
Toma de decisiones							X	3
TOTAL						4	6	10
$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,5 = 3$								
Nivel de Impacto Empresarial = Alto Positivo								

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las Autoras

• Análisis

Ampliación de la cobertura

El excelente resultado de la creación de una microempresa de producción y comercialización de platos típicos, en la parroquia de Natabuela, permitirá buscar nuevos mercados a nivel local y regional. El proyecto generará un impacto medio positivo.

Creatividad

El medio en el que nos desenvolvemos en la actualidad nos exige cada día ser más emprendedores para lograr un buen desempeño dentro del mismo, aplicando la creatividad, liderazgo, gestión, competitividad, productividad y el trabajo corporativo. El proyecto generará un impacto medio positivo.

Cultura de organización y planificación

La creación de una microempresa exige crear una cultura de organización y planificación es decir, la conducción de la producción con una visión más amplia llena de expectativas que ayuden a brindar un producto cada vez más especializado y de calidad y a su vez se realice las gestiones pertinentes para poder ampliar los horizontes de la microempresa, a través del desarrollo de conocimientos de los involucrados, por lo que se espera un impacto alto positivo.

Toma de decisiones

La adecuada toma de decisiones nos permitirá alcanzar los objetivos organizacionales, para garantizar el éxito del centro gastronómico permitiendo que esta se mantenga y crezca, por tal motivo se pretende tener un impacto alto positivo.

7.4. Impacto Cultural

Cuadro No. 127.

Impacto Cultural

Nivel del Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador								
Preservación de los platos típicos							X	3
Fortalecimiento de las costumbres y tradiciones							X	3
Proyección en la comunidad							X	3
TOTAL							9	9
$\text{Nivel de Impacto Cultural} = \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{9}{3} = 3$								
Nivel de Impacto Cultural = Alto Positivo								

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las Autoras

• **Análisis**

Preservación de los platos típicos

La puesta en marcha del proyecto contribuirá a la preservación de la gastronomía típica como parte de las tradiciones del cantón en el transcurso de los años mediante la producción y comercialización de los platos típicos, dando a conocer la riqueza gastronómica a sus habitantes y turistas. El proyecto tendrá un impacto alto positivo.

Fortalecimiento de las costumbres y tradiciones

Se espera que la presente investigación tenga un impacto alto positivo ya que mediante su gastronomía, muestra las costumbres y tradiciones, atrayendo el turismo a nuestra ciudad y rescatando sus valores.

Proyección en la comunidad

El Centro Gastronómico ayudará a fomentar el mantenimiento y asociación de los pobladores dedicados a la producción ganadera, evitando así la disminución de las personas que se dedican a esta actividad, esta nueva alternativa motivará a perfeccionar el manejo de los procesos de crianza ganadera, fomentando el progreso de la comunidad de Natabuela. El proyecto generará un impacto alto positivo.

7.5. Impacto Ambiental

Cuadro No. 128.

Impacto Ambiental

Nivel del Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador								
Contaminación de olor			X					-1
Aguas residuales			X					-1
TOTAL			-2					-2
$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{-2}{2} = -1$								
Nivel de Impacto Ambiental = Bajo Negativo								

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Las Autoras

- **Análisis**

Contaminación de olor

Puesto que en el centro gastronómico se prepararán los platos típicos se producirá una contaminación de olor, el mismo que en este impacto será bajo negativo.

Aguas residuales

En el centro gastronómico se realizará el lavado de las carnes de los cuyes, cerdos y gallinas por lo tanto existirá una contaminación de las aguas residuales. El impacto generado será bajo negativo.

7.6. Impacto General

Cuadro No. 129.

Impacto General

Nivel del Impacto		-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicador									
Impacto Social							X		2
Impacto Económico								X	3
Impacto Empresarial								X	3
Impacto Cultural								X	3
Impacto Ambiental				X					-1
TOTAL				-1			2	9	10
$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\sum}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{10}{5} = 2$									
Nivel de Impacto General = Alto Positivo									

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las Autoras

• Análisis

El impacto a nivel general que tiene el proyecto es de 2, lo cual constituye un impacto alto positivo.

Esto implica que el Centro Gastronómico de Comida Tradicional será beneficioso tanto a nivel individual como colectivo en los aspectos social, económico, empresarial, cultural y negativo en el ambiental, ya que existirá contaminación de olor y aguas residuales pero se pretenderá disminuir este impacto realizando el manejo adecuado de los desechos a través de la

clasificación de la basura generada, permitiendo generar una alternativa de progreso para la parroquia de Natabuela.

CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional elaborado, permitió determinar la situación actual de la parroquia de Natabuela, dándonos a conocer la existencia de las condiciones necesarias para la creación del Centro Gastronómico.
- El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de una demanda potencial insatisfecha, lo que demuestra que existe una oportunidad de captación de este mercado para la microempresa.
- En el estudio técnico, se estableció el lugar de funcionamiento de la nueva microempresa en la parroquia de Natabuela. La inversión total del proyecto es de \$157.931,10 de los cuales \$71.069,00 serán financiados mediante el aporte de sus socias y a través de un crédito de \$86.862,10.
- Con el estudio económico-financiero se pudo establecer que el proyecto es factible. Según los resultados arrojados por los indicadores de rentabilidad ya que se obtuvo como Valor Actual Neto (V.A.N.) \$ 5.022,23; Tasa Interna de Retorno (T.I.R.) 12,10%; Relación Costo – Beneficio 1,74; lo que, garantiza la ejecución del proyecto.
- En lo referente a la estructura orgánica y funcional, esta ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas, financieras y de venta de la microempresa. Se definió su misión, visión, funciones y responsabilidades de cada integrante o empleado de la nueva organización.
- El funcionamiento del proyecto ocasiona impactos negativos en el aspecto ambiental, a pesar de cumplir con las normas de protección y conservación del entorno natural lo que implica mejorar la calidad de vida.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar al máximo las condiciones que favorecen a la implementación del centro gastronómico, también se debe tomar en consideración los riesgos y oponentes para disminuir su impacto.
- El proyecto debe cubrir una gran parte de la demanda potencial a satisfacer con la finalidad de garantizar su introducción y permanencia en el mercado.
- El centro gastronómico debe ubicarse en un lugar que sea totalmente accesible para los visitantes, además se debe revisar alternativas para reducir el monto del financiamiento y tener un endeudamiento menor. Posteriormente los directivos de la microempresa deben estar constantemente preocupados por la infraestructura de la misma para mejorarla oportunamente, ampliarla en caso de ser necesario, manteniendo un ambiente de trabajo adecuado con los instrumentos e insumos necesarios, para brindar un excelente servicio.
- Se debe realizar periódicamente evaluaciones económicas financieras y controles del mismo, con el objetivo de determinar si se están alcanzando las metas propuestas en la microempresa, si se está obteniendo los rendimientos necesarios y de esta manera poder tomar decisiones que permitan realizar el trabajo de manera efectiva, óptima y eficiente.
- Se recomienda poner en práctica la misión y visión establecida lo que fomentará una organización con futuro cierto dando cumplimiento a los principios y valores citados para alcanzar los objetivos planteados basándose en el trabajo en equipo.
- Es pertinente que la acción del proyecto sea el de minimizar cualquier impacto negativo; con el fin de preservar el entorno natural.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía

Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGrawHill.

Bravo, M. (2011). *Contabilidad General*. Quito: ESCOBAR.

Cevallos, J. (15 de 12 de 2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural de San Francisco de Natabuela. P.D.O.T. Atuntaqui, Imbabura, Sierra.

Gutierrez, A. (2010). *Curso de Anteproyectos y Proyectos de Investigación Métodos-Monografías-Tesis Proyectos de Aula*. Quito: Época.

Navarro, P. (2010). *Macroeconomía en la Empresa*. Barcelona: Brescas.

Prieto, J. (2012). *Gestión Estratégica Organizacional* . México: Ecoe Ediciones .

Rhea, S. (2012). *Trabajo de Grado*. Ibarra: Imprenta Universitaria.

Ross Stephen, W. R. (2010). *Finanzas Corporativas*. Barcelona: Bresca.

Russek, A. L. (14 de 06 de 2009). *Fundamento de Economía*. México: Pearson Educación.

Villalba, C. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*. México: Sur Editores.

Wachowics, J. V. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Alfaomega.

Linkográfica

Agronegocios. (18 de 09 de 2013). *agronegociosecuador*. Obtenido de agronegociosecuador:

<http://agronegociosecuador.ning.com/page/eliminando-prejuicios-no-le>

Arias, L. (22 de 08 de 2012). *fresco.bligoo*. Obtenido de fresco.bligoo:

<http://fresco.bligoo.com/content/view/471192/Caldo-de-gallina-de-campo.html>

Ayala, M. (22 de 03 de 2013). *andes*. Obtenido de andes:

<http://www.andes.info.ec/es/turismo/helados-paila-fritada-iconos-gastronomicos-imbabura.html>

Bazante, R. (02 de 06 de 2011). *scribd*. Obtenido de scribd:

<http://es.scribd.com/doc/56967580/Estudio-Tecnico-Proyecto>

Campo, J. (12 de 01 de 2014). *expansion*. Obtenido de expansion:

<http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentabilidad-tir.html>

Carrillo, C. (23 de 11 de 2012). *slideshare*. Obtenido de slideshare:

<http://www.slideshare.net/cesarroblez/universo-y-muestra>

Coronado, G. (17 de 05 de 2009). *tavolaecuador*. Obtenido de

tavolaecuador: <http://www.tavolaecuador.com/Recetas/hornado-ecuatoriano.html>

Didier, J. (23 de 02 de 2010). *pymesfuturo*. Obtenido de pymesfuturo:

<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

Dios, J. d. (24 de 01 de 2012). *blogspot*. Obtenido de blogspot:

<http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>

- Espinosa, R. (17 de 09 de 2013). *robertoespinosa*. Obtenido de robertoespinosa:
<http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>
- Estupiñan, A. (3 de 06 de 2012). *donboscolatola*. Obtenido de donboscolatola:
<http://www.donboscolatola.edu.ec/web2/images/documentos/Micro-empresa.pdf>
- Gálvez, G. (18 de 02 de 2013). *slideshare*. Obtenido de slideshare:
<http://www.slideshare.net/varagalvez/unidad-2-estudio-de-mercado-16595080>
- Gongora, J. (05 de 12 de 2012). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare:
<http://www.slideshare.net/jimmyelementfive/capacitacion-y-desarrollo-del-personal-1>
- Jáen, Z. (09 de 04 de 2010). *slideshare*. Obtenido de slideshare:
<http://www.slideshare.net/zulieth/conceptos-generales-de-turismo>
- Jazz, O. (13 de 03 de 2011). *blogspot*. Obtenido de blogspot:
<http://jazzitaoliva.blogspot.com/2011/03/factores-que-afectan-la-demanda-y-la.html>
- Joomla. (22 de 04 de 2012). *ame*. Obtenido de ame:
<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/institucion/objetivos-estrategicos/67-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-imbabura/283-canton-antonio-ante>
- Lara, C. (16 de 05 de 2011). *financiamiento*. Obtenido de financiamiento:
<http://www.financiamiento.com.mx/wp/?p=11>
- Lara, E. (2011). *Fundamentos de Investigación un Enfoque para Competencias*. México: Alfaomega.

- Lira, J. (30 de 09 de 2013). *Gestión*. Obtenido de Gestión:
<http://gestion.pe/tendencias/estado-resultado-integral-2077431>
- Lomas, A. (13 de 07 de 2011). *arecetas*. Obtenido de arecetas:
http://www.arecetas.com/empresa/EMPRESA_GASTRONOMICA_OPERATIVA/13278/
- Luferoal. (02 de 08 de 2010). *slideshare*. Obtenido de slideshare:
<http://www.slideshare.net/luferoal/conceptos-generales-sobre-presupuesto>
- Mina, A. (12 de 06 de 2010). *gerencie*. Obtenido de gerencie:
<http://www.gerencie.com/objetivo-de-las-notas-a-los-estados-financieros.html>
- Mostafá, M. (15 de 03 de 2012). *slideshare*. Obtenido de slideshare:
<http://www.slideshare.net/marielamostafa/microempre-12019421>
- NIIFS. (18 de 02 de 2010). *ifrs*. Obtenido de ifrs:
<http://www.ifrs.org/IFRSs/IFRS-technical-summaries/Documents/Marco%20Conceptual.pdf>
- Ortega, A. (09 de 06 de 2009). *scribd*. Obtenido de scribd:
[http://es.scribd.com/doc/16253798/5/El-Turismo-y-sus-
Caracteristicas](http://es.scribd.com/doc/16253798/5/El-Turismo-y-sus-Caracteristicas)
- Plasencia, L. (15 de 12 de 2010). *slideshare*. Obtenido de slideshare:
<http://www.slideshare.net/MartinFernando/costo-de-produccion>
- Ponce, L. (21 de 11 de 2010). *elclima*. Obtenido de elclima:
http://www.elclima.com.mx/turismo_gastronomico_objetivos_y_caracteristicas.htm
- Portero, E. (24 de 04 de 2012). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare:
<http://www.slideshare.net/eddyport2010/nic-8-y-estado-de-cambios-en-el-patrimonio>

- Rodríguez, E. (07 de 01 de 2014). *google sites*. Obtenido de google sites:
<https://sites.google.com/site/contabilidaddenivelbasico/estado-de-situacion-financiera>
- Romero, F. (16 de 02 de 2013). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare:
<http://www.slideshare.net/nandsnap/finanzas-5-estado-de-flujos-de-efectivo>
- Suárez, E. (16 de 11 de 2009). *blogitrave*. Obtenido de blogitrave:
<http://www.blogitravel.com/2009/11/turismo-gastronomico-viajar-para-comer/>
- Thompson, J. (30 de 07 de 2009). *blogspot*. Obtenido de blogspot:
<http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/07/analisis-de-sensibilidad.html>
- Torres, D. (07 de 03 de 2009). *educacion*. Obtenido de educacion:
http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/3esohistoria/quincena4/quincena4_contenidos_3c.htm
- Udima. (09 de 07 de 2009). *Sobre Conceptos*. Obtenido de
<http://sobreconceptos.com/objetivo>
- Vásquez, L. (26 de 08 de 2011). *scribd*. Obtenido de scribd:
<http://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>
- VTX, S. (24 de 08 de 2010). *slideshare*. Obtenido de slideshare:
<http://www.slideshare.net/saender/periodo-de-recuperacion-de-la-inversion>
- Zubilla, O. (11 de 09 de 2012). *slideshare*. Obtenido de slideshare:
<http://www.slideshare.net/ortizzubillagae/tema-3-el-mercado-demanda-y-oferta>

ANEXOS

ANEXO Nro. 1.

FORMATOS DE LA ENCUESTA A CONSUMIDORES



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES

Objetivo: Conocer las preferencias de los consumidores, así como también determinar el grado de aceptabilidad del centro gastronómico.

Instrucciones: En las siguientes preguntas trate de contestar con la mayor sinceridad posible leyendo detenidamente las preguntas antes de contestarlas ya que de esta investigación dependerán los resultados.

Datos Generales:

Lugar de Residencia:

Género: F...

M....

Ingresos mensuales están dentro de:

\$159-\$318.....

\$319-\$450.....

\$451 en adelante.....

Considera que su situación económica es:

Baja.....

Media.....

Alta.....

Preguntas Específicas

1. ¿Con que frecuencia visita a la parroquia de Natabuela para degustar los platos típicos?

- ☐ 1 a 2 veces
- ☐ 3 a 4 veces
- ☐ 5 a 6 veces
- ☐ 7 a 8 veces
- ☐ 9 a 10 veces
- ☐ Más veces

2. ¿Cuántos platos típicos compra por visita?

- ☐ 1 a 3
- ☐ 4 a 6
- ☐ 7 ó más

3. ¿Qué local de comida típica en Natabuela visita con preferencia?

- ☐ El Serranito
- ☐ La Tulpa
- ☐ Fritada al Paso
- ☐ Paradero Mama Miche
- ☐ Los Tres Guabos
- ☐ La Casera
- ☐ La Parrilla del Che

4. ¿Cómo considera que es la atención brindada en estos locales?

- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Mala

5. ¿Estaría dispuesto a visitar un centro gastronómico en el que se sirva los diferentes platos típicos de Antonio Ante?

SI ☐ NO ☐

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de hornado?

- ☐ \$ 1,00
- ☐ \$1,50
- ☐ \$2,00

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de fritada?

- ☐ \$3,00
- ☐ \$3,50
- ☐ \$4,00

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de cuy frito?

- ☐ \$13,00
- ☐ \$14,00
- ☐ \$15,00

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un caldo de Gallina de Campo?

- ☐ \$2,50
- ☐ \$3,00
- ☐ \$3,50

10. ¿Cuál es su plato típico de preferencia?

- ☐ Cuy Frito
- ☐ Fritada
- ☐ Hornado
- ☐ Caldo de gallina de campo

ANEXO Nro. 2.

FORMATO DE LA ENTREVISTA A PROPIETARIOS DE LOS LOCALES



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

**PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS
DE LOS RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA EN NATABUELA**

Restaurante: _____

Persona entrevistada: _____

Función: _____

Fecha: _____

Cuestionario

1. ¿Qué tipo de preparación académica tiene?

.....

2. ¿Cuáles son los platos típicos que ofrece en su local?

.....

3. ¿Qué servicios brinda su establecimiento?

.....

4. ¿Cuántos platos típicos vende por semana?

.....

5. ¿Cuántos platos típicos vende en temporada alta?

.....

6. ¿Cómo considera que es el servicio que se ofrece en su negocio?

.....

7. ¿Cuál es el precio de comercialización de los platos típicos?

Cuy Frito

Fritada

Caldo de Gallina de Campo

8. ¿Cuántos de sus clientes son nacionales o extranjeros?

.....

9. ¿Cuántos platos de cuy vende a la semana?

.....

10. ¿Cuántos platos de fritada vende a la semana?

.....

11. ¿Cuántos platos de caldo de gallina de campo vende a la semana?

.....

FORMATO DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN

NOMBRE DE LAS INVESTIGADORAS

ANEXO Nro. 4.

Presupuesto Centro Gastronómico La Tradición

UBICACIÓN: PANAMERICANA Y CALLE CEVALLOS CAZAR			PARROQUIA:	NATABUELA
FECHA: 17 DE JULIO DEL 2013				
DESCRIPCIÓN	UNID	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
CIMENTOS				
EXCAVACIÓN DE PLINTOS Y CIMENTOS	m³	247,00	4,8	1.185,60
REPLANTILLO HS EN PLINTOS 180KG/cm²	m³	34,00	86	2.924,00
HORMIGÓN CICLOPEO EN CIMENTOS	m³	65,00	80	5.200,00
ESTRUCTURA DE HORMIGÓN				
H.S. EN PLINTOS 180Kg/ cm²	m³	27,60	107	2.953,20
H.S. EN CADENAS INFERIOR , INCLUYE ENCOFRADO	m³	29,50	138	4.071,00
H.S. EN COLUMNAS INC. ENCOFRADO FC.210KGcm²	m³	9,68	145	1.402,88
H.S. EN VIGAS	m³	59,00	138	8.142,00
ACERO ESTRUCTURAL fy 4200	Kg	15.000,00	1,4	21.000,00
MAMPOSTERÍA				
MAMPOSTERÍA DE LADRILLO	m²	310,00	12,5	3.875,00
ENLUCIDO				
ENLUCIDO HORIZONTAL TEXTURADO	m²	357,00	4,5	1.606,50
ENLUCIDO VERTICAL PALETEADO COLUMNAS	m²	119,00	4,5	535,50
PISOS				
CONTRAPISO H.S. Y EMPEDRADO	m²	357,00	9	3.213,00
ALISADO DE PISO	m²	357,00	2,6	928,20
MASILLADO DE ENTREPISO	m²	337,50	4,5	1.518,75
MASILLADO DE LOSA CUBIERTA	m²	382,50	4,5	1.721,25
CERÁMICA NACIONAL DE PISOS Y PAREDES	m²	300,00	18	5.400,00
ACERA PERIMETRAL	m²	60,00	45	2.700,00
CARPINTERÍA - HIERRO - MADERA				
VENTANAS DE HIERRO Y VIDRIO 4mm	m²	48,50	45	2.182,50
CUBIERTA				
MADERA Y MEDIADUELA	m²	300,00	45	13.500,00
ETERNIT	U	175,00	22	3.850,00
PIEZAS SANITARIAS				
INODORO BLANCO CON ACCESORIOS	U	10,00	90	900,00
LAVAMANOS BLANCO CON ACCESORIOS	U	10,00	65	650,00
LAVAPLATOS 1,00 x 0,50	U	4,00	145	580,00
DUCHA CON MESCLADORA	U	6,00	25	150,00
INSTALACIONES IDRO SANITARIAS				
PUNTO DE AGUA FRIA	pto	75,00	8	600,00
PUNTO DE CANALIZACIÓN EN PVC	PTO	25,00	12	300,00
TUBERÍA PVC ROSCABLE	ML	72,00	3,6	259,20

DESCRIPCIÓN	UNID	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
BAJANTE DE PVC	ML	19,00	4,8	91,20
CANALIZACIÓN PVC 6"	ML	49,00	6,6	323,40
CAJA DE REVISIÓN 0,60x 0,60 x 0,60	U	12,00	65	780,00
LAVANDERÍA	U	2,00	270	540,00
REJILLA DE PISO INSTALADA	U	23,00	3,5	80,50
INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
SALIDA ILUMINACIÓN CABLE #12 Y MANGUERA	pto	38,00	20	760,00
TOMACORRIENTE DOBLE CABLE # 12	pto	16,50	20	330,00
TOMA DE TELÉFONO	pto	3,00	16	48,00
TOMA TV	pto	5,00	22	110,00
CAJA TÉRMICA 4a 8 BREAKERS	U	2,00	46	92,00
PORTERO ELÉCTRICO	U	1,00	145	145,00
LUMINARIAS	U	76,00	3,5	266,00
ACOMETIDA CABLE # 8	ML	46,00	3,5	161,00
ACABADOS				
PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR	m²	715,00	3,5	2.502,50
ESTUCADO	m²	291,00	2,5	727,50
CONSTRUCCIONES ADICIONALES				
CHIMENEA	U	1,00	700	700,00
			TOTAL	99.005,68

Elaborado por: Arq. Paco Cervantes.